

**ANALISIS PERSAINGAN USAHA DI PASAR KENALI  
KECAMATAN BELALAU KABUPATEN LAMPUNG BARAT  
DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**



**Skripsi**  
**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat**  
**Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis**  
**Islam**

Oleh  
**Dina Marista**  
**NPM. 1451010167**  
**Jurusan : Ekonomi Syari'ah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**  
**LAMPUNG**  
**1440 H/2018 M**

**ANALISIS PERSAINGAN USAHA DI PASAR KENALI KECAMATAN  
BELALAU KABUPATEN LAMPUNG BARAT DITINJAU DARI  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

**Skripsi**  
**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat**  
**Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis**  
**Islam**



**Oleh**

**Dina Marista**

**NPM. 1451010167**

**Jurusan : Ekonomi Syari'ah**

**Pembimbing I : H. Supaijo, S.H.,M.H**

**Pembimbing II : Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**  
**LAMPUNG**  
**1440 H/2018 M**

## ABSTRAK

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan sangat vital dalam memenuhi kebutuhan manusia. Bisnis adalah kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Salah satu tempat berlangsungnya kegiatan bisnis adalah pasar. Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli. Salah satunya adalah pasar Kenali yang terletak di Kecamatan Belalau dengan pedagang yang mayoritas beragama Islam. Meskipun demikian, adanya persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan, bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya.

Rumusan masalah Bagaimana persaingan usaha di pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat dan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku para pedagang di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat. Tujuan untuk mengetahui persaingan usaha di pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat dan untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku para pedagang di pasar kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan melakukan studi langsung ke lapangan (*field research*). Objek penelitian ini adalah para pedagang yang terdapat di pasar Kenali, Kecamatan Belalau. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang cenderung bersifat deduktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan usaha di pasar Kenali meliputi lima aspek yaitu produk, harga, tempat, pelayanan dan purna jual. Dari dua puluh responden, delapan belas diantaranya telah menjalankan etika bisnis Islam dalam kegiatan usahanya dengan menerapkan lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, keseimbangan, kejujuran, kehendak bebas, dan tanggung jawab sosial. Dua diantara dua puluh responden tersebut tidak menjalankan prinsip kejujuran yang dapat merugikan pembeli dengan menyembunyikan cacat barang sehingga pembeli tidak memperoleh kualitas barang yang baik. Namun demikian, sebagian besar pedagang di pasar Kenali memberikan pelayanan terbaik kepada pembeli.

Kata kunci :persaingan usaha, etika bisnis Islam





KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl Let.kol H. Endro Suratmin Sukarame Telp: (0721) 703289 Bandar Lampung

## PERSETUJUAN

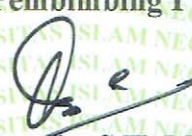
Judul Skripsi : **ANALISIS PERSAINGAN USAHA DI PASAR  
KENALI KECAMATAN BELALAU KABUPATEN  
LAMPUNG BARAT DITINJAU DARI PERSPEKTIF  
ETIKA BISNIS ISLAM**

Nama : **Dina Marista**  
NPM : **1451010167**  
Jurusan : **Ekonomi Syari'ah**  
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

## DISETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

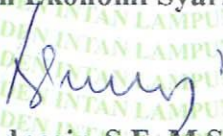
  
**H. Supaijo, S.H., M.H.**  
**NIP.196503121994031002**

Pembimbing II

  
**Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I**  
**NIP.**

Ketua

Jurusan Ekonomi Syari'ah,

  
**Madnasir, S.E., M.Si**  
**NIP. 197504242002121001**





KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl Let.kol H. Endro Suratmin Sukarama Telp: (0721) 703289 Bandar Lampung

### PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **ANALISIS PERSAINGAN USAHA DI PASAR KENALI KECAMATAN BELALAU KABUPATEN LAMPUNG BARAT DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM** disusun oleh: **Dina Marista, NPM: 1451010167, Jurusan Ekonomi Syari'ah**, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal: **Senin, 12 November 2018**.

### TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang : Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag

Sekretaris : Diah Mukminatul Hasani, M.E.Sy

Penguji I : Fatih Fuadi, S.E.I., M.Si

Penguji II : H. Supaijo, S.H., M.H

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag**  
NIP: 195808241989031003



## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ  
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta  
sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang  
berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh  
dirimu. Sesungguhnya Allah adalah MahaPenyayang kepadamu*

*QS. An Nisaa : 29<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup>Kementrian Agama RI, “Mushaf Al-Qur’an Terjemah”, (NurPublishing : Bogor), h. 190.

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur Kepada Allah SWT yang maha pemberi segalanya berupa kebaikan dan dari hati yang terdalam, skripsi ini penulis persembahkan:

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Gunadi dan Ibunda Zulyana yang selalu senantiasa memberikan do'a yang tulus dan ikhlas, kasih sayang, semangat yang tiada henti, motivasi, arahan, bimbingan dan inspirasi kepada penulis dalam menuntut ilmu. Semoga penulis bisa menorehkan senyum rasa bangga ibu dan ayah.
2. Kepada kakak ku tercinta Em Fatoni dan Dedi Purwanto yang selalu memberikan dukungan, memberikan motivasi, yang selalu memberikan inspirasi agar menjadi seseorang yang baik dan tekun .
3. Teman teman angkatanku tahun 2014 dan teman teman KKN serta para sahabatku yang selalu mendukung membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah serta telah memberikan persaudaraan yang kuat sampai saat ini.
4. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung tempatpenulis mengais ilmu-ilmu yang Rabbani semoga semakin jaya, berkualitas dan semakin di depan dengan nilai-nilai kebaikan.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama lengkap Dina Marista, dilahirkan di Desa Kenali, Kecamatan Belalau pada tanggal 27 September 1996. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan bapak Gunadi dan Ibu Zulyana. Adapun riwayat pendidikan yang telah penulis selesaikan adalah:

1. Taman Kanak-Kanak di TK DarmaWanita tamat dan berijazah pada tahun 2002,
2. Melanjutkan pada SD Negeri 2 Kenali tamat dan berijazah pada tahun 2008,
3. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Belalau dan selesai pada tahun 2011, dan
4. Sekolah menengah atas di SMAN 1 Belalau dan tamat pada tahun 2014
5. Alhamdulillah pada tahun 2014 penulis bisa terus melanjutkan pendidikan strata 1 jurusan Ekonomi Syari'ah pada UIN Raden Intan Lampung.



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam atas rahmat dan hidayah-Nya, yang telah memberikan kepada kita kemudahan dalam menuntut ilmu pengetahuan dan kesehataan untuk menikmati sesi-sesi kehidupan. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan, terlimpahkan sepanjang siang dan malam kepada keharibaan junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan para sahabatnya serta para pengikutnya hingga akhir zaman.

Pada kesempatan ini penulis bersyukur atas selesainya penelitian untuk memenuhi syarat akhir studi di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam UIN Raden Intan Lampung dengan judul “Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam”. Untuk itu penulis haturkan terimakasih kepada :

1. Drs.Moh. Bahrudin, M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta Wakil Dekan 1, 2 dan 3.
2. Madnasir, S.E., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah yang senantiasa sabar dalam memberi arahan serta selalu motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak H. Supaijo, S.H., M., H dan Bapak Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I selaku pembimbing I dan II yang telah mengarahkan penulis

hingga penulisan skripsi ini selesai, semoga barokah ilmu dan pengetahuan yang diberikan selama ini aamiin.

4. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan motivasi serta memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Orang tuaku, kakakku dan semua keluarga yang selalu berdo'a dengan tulus dan memberikanku motivasi untuk keberhasilanku.
6. Sahabat-sahabatku yang telah member motivasi dan semangat secara langsung maupun tidak langsung.
7. Sahabat seperjuangan khususnya kelas E yang telah berjuang bersama menghadapi proses perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang konstruktif demi sempurnanya penelitian ini.

**Bandar Lampung, September 2018**

**Penulis**

**Dina Marista**  
**NPM. 1451010167**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>

### BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	2
C. Latar Belakang .....	2
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
F. Tinjauan Pustaka .....	10
G. Kerangka Pemikiran.....	13
H. Metode Penelitian.....	14

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Persaingan Usaha .....	
1. Pengertian Persaingan Usaha .....	20
2. Landasan Hukum Persaingan Usaha .....	21
3. Macam-macam Persaingan Usaha.....	21
4. Unsur-unsur Persaingan Usaha.....	29
B. Etika dan Bisnis.....	
1. Pengertian Etika.....	33
2. Pengertian Bisnis .....	36
3. Etika Bisnis Konvensional .....	40

4. Perkembangan Etika Bisnis .....	46
5. Pentingnya Etika Bisnis .....	47
C. Etika Bisnis Islam .....	
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	48
2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam .....	50
3. Persaingan Usaha dalam Islam .....	60
4. Praktik Bisnis yang Diperbolehkan dan Dilarang dalam Islam .....	60

### **BAB III LAPORAN HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Kecamatan Belalau .....	73
B. Gambaran Umum Desa Kenali .....	75
C. Gambaran Umum Pasar Kenali .....	77
D. Deskripsi Data Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau .....	78

### **BAB IV ANALISIS DATA**

A. Analisis Persaingan Usaha Antar Pedagang di Pasar Kenali .....	105
B. Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Para Pedagang di Pasar Kenali .....	111

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	119
B. Saran .....	119

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

### Tabel

1.1 Jumlah Pedagang Berdasarkan Klasifikasi Pedagang.....	7
3.1 Penduduk Menurut Agama .....	73
3.2 Penduduk Menurut Mata Pencarian .....	74



## DAFTAR GAMBAR

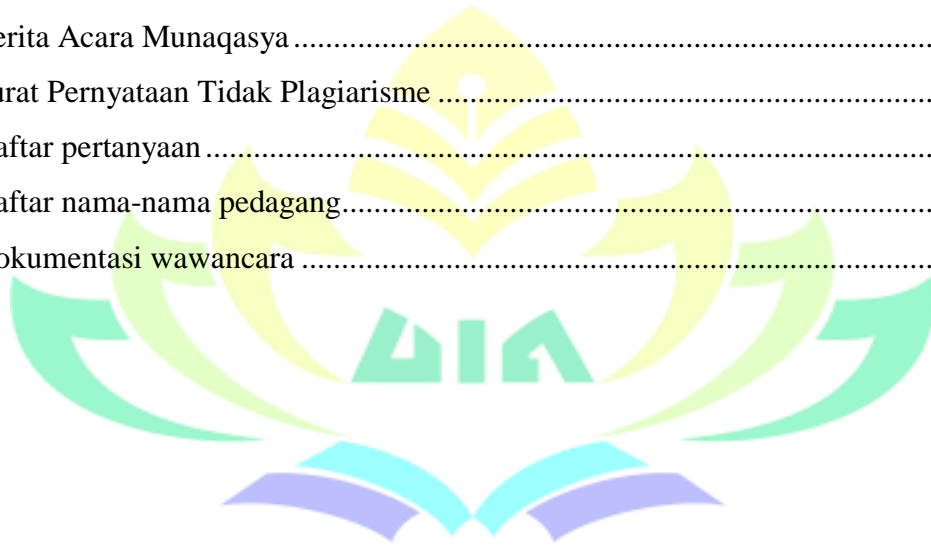
1.1 Kerangka Pemikiran Konseptual.....	13
3.1 Struktur Organisasi Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat .....	75
3.2 Struktur Organisasi Pasar Kenali .....	78





## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kartu Konsultasi Skripsi .....
2. SK Pembimbing .....
3. Berita Acara Seminar Proposal .....
4. Berita Acara Munaqasya .....
5. Surat Pernyataan Tidak Plagiarisme .....
6. Daftar pertanyaan .....
7. Daftar nama-nama pedagang.....
8. Dokumentasi wawancara .....



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Judul merupakan suatu gambaran utama permasalahan suatu penelitian karya ilmiah, untuk menyiratkan secara pendek isi atau maksud dari penelitian. Skripsi ini berjudul “ Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam“. Untuk menghindari berbagai macam tafsiran judul di atas maka terlebih dahulu penyusun akan menjelaskan istilah yang terdapat pada judul tersebut :

1. Analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaah bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.<sup>2</sup>
2. Persaingan bisnis ( usaha )adalah persaingan yang penting dan wajar bagi bagi para pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang optimal, keuntungan tersebut harus tidak merugikan pelaku usaha lain.<sup>3</sup>
3. Etika bisnis islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapa pun dalam aktivitas bisnis.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>Ali Karnila, “Pengaruh Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro”. *Jurnal Ilmiah Fe-Umm*, Vol. 11 (2017), h. 1.

<sup>3</sup>Al Araf Assadallah Marzuki, “Urgensi Putusan Sela Berkaitan dengan Harta Kekayaan Pelaku Usaha dalam hokum Acara Persaingan Usaha di Indonesia”. *Jurnal Panorama Hukum*, Vol.2 No.1 Juni (2017) ISSN : 2527-6654, h. 88.

<sup>4</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis : Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Bumi* (Jakarta : Penebar Plus, 2012), h. 30.

Berdasarkan pengertian di atas, maka telah diterangkan tafsiran judul skripsi adalah “Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam”.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun alasan penulis memilih judul adalah sebagai berikut :

### **1. Alasan Objektif**

Berdasarkan hasil *pra-riset* di pasar Kenali Kecamatan Belalau, Kabupaten Lampung Barat pada bulan Januari sampai Februari 2018, peneliti menemukan banyak pelaku usaha atau pelaku pasar yang tidak menerapkan prinsip etika bisnis Islam meskipun mayoritas dari para pedagang yang terdapat di pasar Kenali tersebut adalah beragama Islam.

### **2. Alasan Subjektif**

Pokok bahasan skripsi ini relevan dengan spesialisasi keilmuan penulis mempelajari di jurusan ekonomi Islam serta didukung oleh tersedianya literatur primer dan data-data penelitian yang menunjang dalam penelitian ini, serta adanya motivasi dan tersedianya bahan-bahan yang dibutuhkan dalam penulisan proposal skripsi ini.

## **C. Latar Belakang**

Dalam era globalisasi ini, bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomis dan mempunyai peranan sangat vital dalam memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan manusia baik individu, sosial, regional, nasional, maupun internasional. Tiap hari



jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen. Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Hal yang terjadi dalam hal ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi, memasarkan, bekerja, memperkerjakan serta interaksi manusia lain yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan.<sup>5</sup>

Salah satu tempat berlangsungnya kegiatan bisnis adalah pasar. Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli atau lebih jelasnya, daerah, tempat, wilayah, area yang mengandung kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu dan membentuk harga.<sup>6</sup> Artinya berlangsungnya kegiatan jual beli di pasar merupakan sebuah kegiatan bisnis melalui penawaran harga antara penjual dan pembeli. Kemudian terdapat keseimbangan dalam transaksi sampai terjadinya kesepakatan harga yang memberikan keuntungan bagi penjual dan tidak merugikan pembeli.

Sebagai tempat kegiatan bisnis pasar memiliki bentuk fisik yang terbagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pusat perbelanjaan modern. Pasar tradisional biasanya didominasi oleh masyarakat yang memiliki ekonomi menengah ke bawah. Biasanya harga kebutuhan di pasar tradisional lebih murah dan lebih terjangkau. Kendati demikian pasar tradisional pun memiliki kekurangan yaitu, jalannya becek dan kotor, kemudian kesehatan dan higienitas makanan tidak terjaga dengan baik. Namun demikian

---

<sup>5</sup> Norvadewi, "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip, dan Landasan Normatif)". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (2015), h. 33.

<sup>6</sup> M. Fuad, Christin H., *Pengantar Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 120.

masyarakat lebih banyak memilih pasar tradisional sebagai tempat untuk berbelanja kebutuhan pokok rumah tangga.

Sedangkan pasar modern didominasi oleh masyarakat yang memiliki tingkat perekonomian menengah ke atas. Pasar modern biasanya terdapat pada pusat perbelanjaan atau Swalayan. Pasar modern memiliki tempat yang rapih, nyaman. Kemudian sifat transaksi yang ada di pasar modern biasanya mengikuti bandrol harga yang sudah ditetapkan.

Berbeda dengan pasar modern yang menetapkan harga dari bandrol yang tertera pada produknya, di pasar tradisional terdapat banyak persaingan harga, tempat, pelayanan, dan produk. Hal ini menjadikan setiap pedagang berusaha untuk mengembangkan dan mempertahankan posisi usaha dan peluang pasar agar lebih baik. Dengan demikian setiap pelaku usaha harus mengembangkan kegiatan pemasarannya agar tujuan atau sasaran yang diinginkan dapat tercapai dengan baik.<sup>7</sup>

Seiring perkembangan zaman yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis yang semakin tinggi. Adanya persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Etika bisnis sebagai seperangkat nilai yang tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis islam adalah

---

<sup>7</sup> Daniel Manek, "Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran pada Perusahaan Pengolahan di Kota Semarang". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* (2013). H. 121.

norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapa pun dalam aktifitas bisnis.<sup>8</sup>

Adapun yang dimaksud dengan prinsip umum dalam etika bisnis ialah karakter bisnis yang sangat menentukan sukses tidaknya sebuah bisnis, dan karakter ini suka tidak harus dimiliki oleh para pebisnis. Oleh karena itu tidak semua usaha perdagangan diperbolehkan, baik dari cara pelaksanaannya ataupun jenis barang yang diperdagangkan. Ajaran islam melarang orang memakan harta yang didapat secara tidak benar, atau secara tidak halal.<sup>9</sup>

Tak jarang pedagang melakukan penyimpangan dalam bisnisnya yang tidak dijalankan dengan menggunakan prinsip etika bisnis seperti kejujuran. Kejujuran dalam perdagangan tetap dapat diwujudkan dengan dengan cara pedagang mengatakan secara jujur bahwa barang dijualnya berkualitas baik tanpa ada campuran dengan barang yang berkualitas buruk. Perilaku yang etis sangat penting untuk keberlangsungan hidup bisnis itu sendiri.<sup>10</sup>

Kejujuran merupakan pondasi awal dalam etika berdagang. Maraknya kasus penipuan atau pengurangan timbangan atau tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada pihak pembeli. Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen maka dari itu nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW dengan kegiatan perdagangan yang dilakukan secara adil dan jujur akan menjadikan pedagang yang baik yang tidak ada persaingan yang tidak sehat di dalamnya yang dapat

---

<sup>8</sup>H. Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Jakarta: PLUS12, 2012), h.29.

<sup>9</sup>Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, (2006), h.13.

<sup>10</sup>K.Bertens, *Pengantar Etika Bisnis* (Yogyakarta: KANISIUS, 2000 ), h. 20.

mengakibatkan meningkatnya harga barang-barang secara zalim yang sangat dilarang oleh Islam. Sebagai contoh, banyak ditemukan para pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang seperti kecurangan dalam takaran, rekayasa harga, dan praktik riba.

Untuk itu diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang merasa dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen, karyawan, maupun siapa saja yang ikut terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut. Kenyataan yang kita hadapi sekarang di masyarakat adalah perilaku menyimpang dari ajaran agama dan merosotnya nilai etika dalam bisnis.<sup>11</sup> Dalam melakukan jual beli sering muslim tidak boleh melakukan kecurangan atau penipuan, baik pada timbangan, ukuran, maupun takaran. Dalam Islam penipuan termasuk salah satu substansi pekerjaan yang kotor dan harus dijaui karena melanggar etika jual beli dalam Islam.

Kedudukan pasar dalam Islam begitu tinggi sebab selain bidang pertanian perdagangan merupakan salah satu profesi yang sangat dianjurkan oleh Islam dalam karakteristik pasar Islam, di dalamnya terdapat aturan mekanisme dan nilai-nilai Islam yang dijadikan standar aktifitas. Karakteristik inilah yang menjadi kekhasan Islam yang tidak mengenal pemisahan ranah dunia dan akhirat, masjid dan pasar, agama dan politik. Adapun aktifitas bisnis yang berorientasi materil selalu diimbangi dengan kecintaan membelanjakan harta di jalan Allah (*spirituil*) karena kebolehan mengeruk

---

<sup>11</sup> Norvadewi, "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip, dan landasan Normatif)". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (2015), h. 33-34.



kekayaan tidak dilakukan dengan wasilah mengeksploitisir pihak-pihak yang lemah secara ekonomi adapun jalan tengah (*moderatisme*) Islam dengan kemunculannya pada dunia bisnis yang dicirikan pada keberpihakannya pada kondisi pasar.

Menurut Bapak Boy Adijaya sebagai kepala pasar Desa Kenali “pasar Kenali merupakan pasar tertua yang ada di kecamatan Belalau”. Aktivitas jual beli di pasar Kenali dilakukan satu hari dalam satu pekan saja, yakni pada hari minggu. Kegiatan pasar yang ada di Lampung Barat khususnya Kecamatan Sekincau, Kecamatan Belalau, dan Kecamatan Balik Bukit dilakukan secara bergantian dalam satu pekan.

Di pasar Kenali terdapat ratusan pedagang yang menjajakan dagangannya dengan berbagai jenis usaha atau dagangan. Berikut jumlah pedagang berdasarkan klasifikasi pedagang :

**Tabel 1. 1**

**Jumlah Pedagang di Pasar Kenali Berdasarkan Klasifikasi Pedagang**

No.	Jenis Pedagang	Jumlah Pedagang
1	Ayam	10
2	Ikan	8
3	Sayuran	120
4	Kelonotngan	11

5	Mainan anak-anak	3
6	Perbotan	9
7	Kain	43
8	Sepatu, sandal, dan Tas	4
9	Kosmetik & Obat-obatan	7
10	Mie Ayam & bakdo	3
	<b>Jumlah</b>	<b>218</b>

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Yana salah seorang pedagang yang terdapat di Pasar Kenali mengatakan bahwa di pasar tersebut terdapat persaingan yang cukup ketat baik dari segi kualitas, harga, produk, maupun pelayanan. Berdasarkan hasil pengamatan penulis. Ada sebagian pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis dalam berdagang, misalnya dari segi kualitas, pedagang tersebut memberikan kualitas yang tidak baik. Hal ini jelas tidak diperbolehkan dalam etika berbisnis secara Islam. Namun dalam hal pelayanan rata-rata pedagang memberikan pelayanan yang baik dengan bersikap ramah kepada pembeli sehingga bisa menarik hati pembeli yang jelas tidak melanggar etika bisnis dalam Islam.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Yana, wawancara dengan pedagang, pasar Kenali, Desa Kenali, 22 Januari 2018.

Dari hasil pra-*riset*, di Pasar Kenali terdapat persaingan usaha (bisnis) yang cukup ketat, seperti persaingan dari segi harga, kualitas produk, dan pelayanan. Ada sebagian pedagang dalam memberikan harga terhadap produknya lebih rendah daripada harga pesaing dengan tujuan mematikan pesaingnya. Hal ini menimbulkan berbagai reaksi dari sebagian pedagang. Pedagang yang mempunyai modal yang besar merendahkan harga barang dagangannya untuk menjatuhkan pesaingnya yang mempunyai modal sedikit atau pas-pasan, dan ada pula pedagang yang meninggikan harga barang dagangannya, sehingga merugikan konsumen yang membeli barang dagangannya.

Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian di pasar Kenali karena mayoritas pedagang yang terdapat di pasar tersebut adalah beragama Islam, akan tetapi tidak sedikit pedagang yang melakukan kecurangan dalam memperjual belikan barang dagangannya yang tidak sejalan dengan prinsip etika bisnis Islam.

Berdasarkan latar belakang permasalahan, penulis tertarik melakukan analisis yang akan di susun dalam Tugas Akhir (TA), dengan judul:  
**“ANALISIS PERSAINGAN USAHA DI PASAR KENALI KECAMATAN BELALAU KABUPATEN LAMPUNG BARAT DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM”.**

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana persaingan usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha para pedagang di pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui persaingan usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat.
- b. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha para pedagang di pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat

##### **2. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang akan bermanfaat bagi pihak-pihak berikut :

- a. Bagi penulis, sebagai salah satu pembelajaran dalam berpikir ilmiah, menerapkan teori yang diperoleh ke dalam kasus nyata serta menambah wawasan dan pengalaman.
- b. Bagi pembaca, sebagai bahan referensi tambahan dan pembelajaran mengenai persaingan usaha dan etika bisnis Islam.
- c. Bagi pihak lain, sebagai pedoman dalam etika berbisnis yang berlandaskan Islam.



## F. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh Ismatul Chalimah tentang Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir Al-Arafah Pasar Wage Purwokerto) menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh Toko Grosir arafah untukn memenangkan persaingan yaitu dengan mengutamakan inovasi pada produk-produknya dan sudah mampu menerapkan beberapa prinsip etika bisnis Islam.<sup>13</sup>

Penelitan yang dilakukan oleh Muhammad Saman tentangPersaingan IndustriPT.Pancanata Centralindo Perspektif Etika Bisnis dalam Islam menunjukkan bahwa PT tersebut menerapkan sikap dan perilaku terhadap karyawannya dalam menghadapi persaingan bisnis sudah sesuai dengan etika bisnis Islam dengan jujur dalam bertindak dan bersikap, rajin, tepat waktu, tidak pemalas, memiliki rasa tanggung jawab, dan rasa memiliki perusahaan yang tinggi.<sup>14</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Adimas Fahmi Firmansyah tentang Praktek Etika Bisnis Islam studi kasus pada Toko Santri SyariahSurakarta menunjukkan bahwa toko santri tersebut telah menerapkan etika bisnis Islam dan sesuai dengan kaidah-kaidah Islam. Dalam hal permodalan pun tidak ada unsur riba.Selain itu Toko Santri Syariah dalam hal social telah menunaikan

---

<sup>13</sup> Ismatul Chalimah, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir A-Arafah Pasar Wage Purwokerto)". (Skripsi Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2017), h. 80.

<sup>14</sup> Muhammad Saman, "Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis dalam Islam)". (Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010), h. 69.

kewajibannya seperti zakat, infak, dan shadaqah. Akan tetapi Toko Santri Syariah kurang dalam hal pembinaan karyawan, baik dalam hal pelatihan dan pengetahuan tentang etika bisnis Islam.<sup>15</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Amalia tentang Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madinah Depok menunjukkan bahwa pedagang di Bazar Madinah Depok sudah menrapkan etika bisnis Islam sehingga apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah SWT atas apa yang diusahakan.<sup>16</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Zulkipli tentang Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha pada PT. Asuransi Syariah Mubarakah menunjukkan bahwa persaingan yang dilakukan oleh PT. Asuransi Syariah Mubarakah berpedoman pada Al-Quran dan sunnah. Hal ini terbuti secara tersurat dari adanya tata tertib kerja dan pelanggaran serta akad yang sesuai dengan syariah. Sedangkan hal yang tersirat dapat dilihat pada budaya Islami yang berkaitan dengan adanya company profile, nilai-nilai yang tergantung dalam operasional perusahaan dan adanya program-program keagamaan.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Adimas Fahmi Firmansyah, "Praktek Etika Bisnis Islam Studi Kasus pada Toko Santri Syari'ah Surakarta". (Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013), h. 70.

<sup>16</sup> Fitri Amalia, "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madinah Depok", (UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2012), h. 6.

<sup>17</sup> Zulkipli, "Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha pada PT. Asuransi Syariah Mubarakah" (Program Studi Muamalat Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010), h. 82.

Penelitian yang dilakukan oleh Amalia Nur Shabrina dengan judul Tinjauan Sosiologi Hukum Islam terhadap Praktek Persaingan Usaha (Studi Kasus Pedagang Pasar Klewer, Solo) menunjukkan bahwa dalam praktek persaingan usaha terdapat pedagang yang menjatuhkan harga dengan daih cuci gudang secara besar-besaran dan munculnya kios-kios modern yang mempengaruhi kompetisi harga.<sup>18</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rafdi Gastari tentang persaingan ushaa kafe dan warung kopi di kota Watampone menunjukkan bahwa persaingan usaha antara kafe dan warung kopi dalam hal tarik menarik pengunjung di kota Watampone merupakan persaingan sehat. Tetapi masalah hokum yang menimbulkan konflik adalah jika slaah satu kafe tidak memiliki surat izin usaha atau tidak terdaftar sebagai badan usaha atau perusahaan maka mereka sebagai subjek pajak dan wajib pajak tidak akan dikenai pajak sehingga pemilik kafe bisa semaunya menentukan harga.<sup>19</sup>

## **G. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>20</sup> Dalam kerangka pemikiran ini akan membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Adapun permasalahan dalam

---

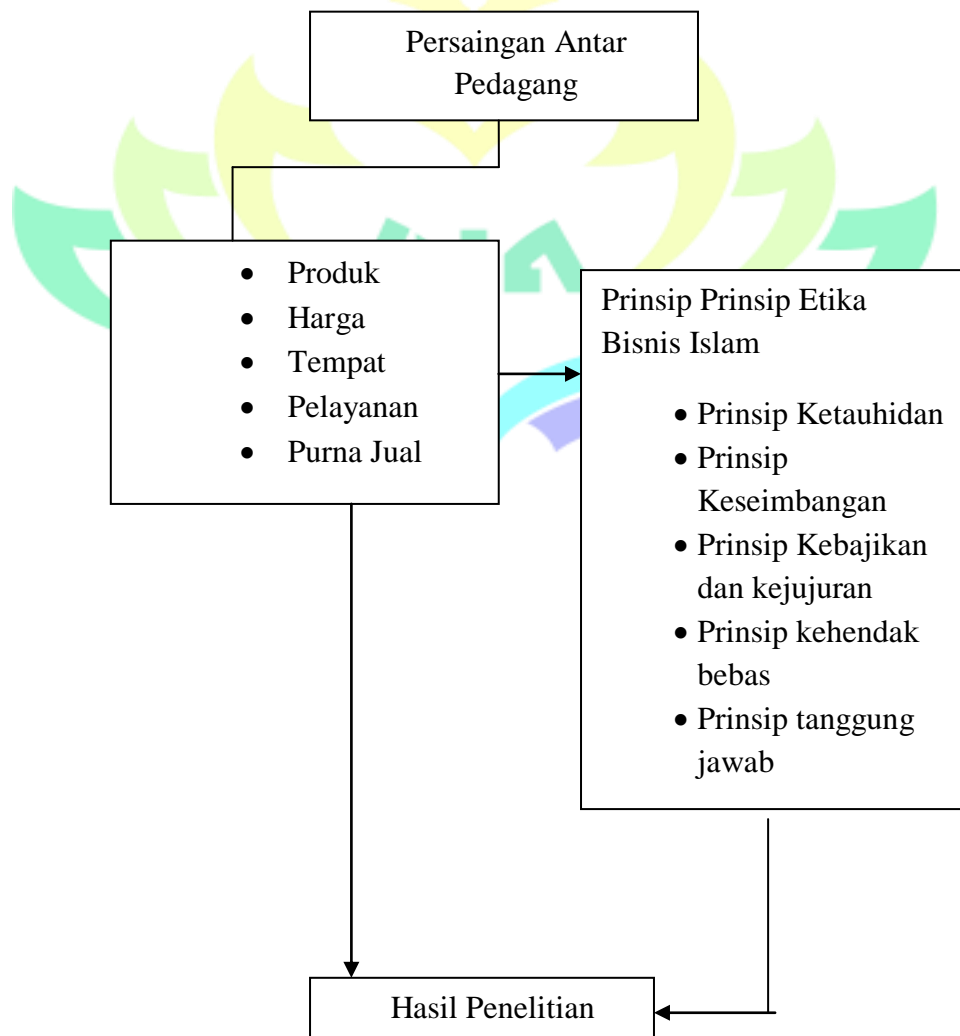
<sup>18</sup> Amalia Nur Shabrina, "Tinjauan Sosiologi Hukum Islam terhadap Praktek Persaingan Usaha (Studi Kasus Pedagang Pasar Klewer, Solo)". (Program Studi Muamalat Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2014), h. 71.

<sup>19</sup> Ahmad Rafdi Qastari, "Persaingan Usaha Kafe dan Warung Kopi di Kota Watampone". (Skripsi Bagian Hukum Masyarakat dan Pembangunan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Maakassar, 2016), h. 87.

<sup>20</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis* ( Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2003 ) h.242

penelitian ini adalah mengenai “ Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam”.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran Konseptual**





## **H. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan secara kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang dilakukan dengan mendeskripsikan apa yang ada di dalam lapangan dengan instrumen utama peneliti itu sendiri.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan ( *field research* ) untuk memperoleh data yang konkrit mengenai persaingan pasar Kenali ditinjau dari etika bisnis Islam dengan menggunakan unsur pokok yang harus ditemui sesuai dengan masalah yang ada, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian yang menghasilkan karya ilmiah yang berbobot, sesuai dengan criteria karya ilmiah. Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif.

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

Yang menjadi subjek dalam penelitian ini yaitu para pedagang yang berada di pasar Kenali Kecamatan Belalau. Sedangkan objek penelitiannya yaitu bagaimana persaingan pasar di Kenali Kecamatan Belalau yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

### **3. Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data

---

<sup>21</sup> Muhammad Saekan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Kudus : Nora Media Enterprise, 2010), h. 9.

langsung pada sumber objek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>22</sup>

Data ini diperoleh dengan cara wawancara dengan pihak terkait sebanyak 11 orang yakni para pedagang di pasar Kenali dengan klasifikasi bahwa pedagang tersebut sudah lama berjualan dan 3 pengelola pasar yang terdiri dari kepala pasar, slaar pasar, dan keamanan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitian.<sup>23</sup> Diperoleh dengan melalui studi kepustakaan yang dilakukan dengan cara meneliti teori yang relevan dengan masalah penelitian, seperti jurnal, dokumen-dokumen, buku-buku bacaan, literatur-literatur lain, dan lain-lain.

#### 4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit dari individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.<sup>24</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang yang menjalankan usahanya di pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat sejumlah 218 populasi yaitu seluruh pedagang yang terdapat di pasar Kenali antara

---

<sup>22</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2014), h. 91.

<sup>23</sup> *Ibid*

<sup>24</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012 ), h.74.

lain pedagang sayuran, kelontongan, kain, ayam, ikan, perabotan, dan sepatu .

Berdasarkan data yang diperoleh dari data pasar Kenali, secara keseluruhan penjual yang berada di pasar tersebut berjumlah 218 orang yang dijadikan populasi dalam penelitian ini dan luas pasar tersebut yaitu 1540 m<sup>2</sup> dengan pedagang hampan seperti penjual ayam berjumlah 10, ikan 8, sayuran 120, kelontongan 11, mainan anak-anak 3, perabotan 9 orang dan pedagang los yaitu penjual kain 9, kosmetik dan obat-obatan 7, mie ayam dan bakso 3, sepatu dan sandal 4.

b. Sampel

Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel.<sup>25</sup> Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability dengan teknik snowball sampling yaitu teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit dan belum mampu memberikan data yang lengkap dan mencari orang lain yang dapat digunakan sebagai sumber data.<sup>26</sup> Sampel dalam penelitian ini berjumlah 20 sampel berasal dari klasifikasi pedagang yang terdapat di pasar Kenali yaitu pedagang hampan seperti pedagang ayam, ikan, sayuran, kelontongan, mie ayam dan bakso, sepatu dan sandal, mainan anak-anak dan pedagang los yang terdiri

---

<sup>25</sup> Abdurahmat Fathoni, *Metodelogi penelitian & Teknik penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), h.57.

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2008), h. 300.

dari pedagang kain, perbaotan, dan sisanya berasal dari pihak lain yaitu pengelola pasar yang terdiri dari Kepala Pasar Kenali, salar pasar, dan keamanan.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan yang dilakukan dengan terjun langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data yang akurat. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

### a. Observasi

Observasi atau pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.<sup>27</sup> Dalam penelitian ini observasi dilakukan pada para pedagang yang terdapat di pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat.

### b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab lisan kepada pihak yang akan diteliti, yaitu orang-orang yang terkait.<sup>28</sup> Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai sampel para pedagang yang terdapat di pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat dengan

---

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandung : Alfabet, 2013), h. 142.

<sup>28</sup> *Ibid*, h. 8.

mengajukan beberapa pertanyaan untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan sebagainya.<sup>29</sup> Dalam hal ini penelitian mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan persaingan bisnis para pedagang di pasar Kenali jika ditinjau dari etika bisnis Islam.

## 6. Pengolahan Data

Setelah sumber (*literature*) mengenai data dikumpulkan berdasarkan sumber di atas, maka langkah selanjutnya adalah pengolahan data yang diproses dengan menggolongkan, menyusun menurut aturan tertentu.<sup>30</sup> Pengolahan data dilakuakn dengan cara pemeriksaan data (*editing*) yaitu mengoreksi apakah data yang terkumpul sudah cukup lengkap, benar, dan sudah sesuai atau relevan dengan masalah.<sup>31</sup>

## 7. Analisis Data

Menurut Sugiyono analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa,

---

<sup>29</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*( Jakarta : Rineka Cipta, 2006), h. 231.

<sup>30</sup> Juliyansyah Noor, *Metode Penelitian* (Jakarta : Kencana. 2011). H. 141.

<sup>31</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian* (Bandung : PT. Cipta Aditya Bakti, 2005), h. 126.



menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>32</sup> Dalam melakukan analisa data ini digunakan untuk mendapatkan jawaban yang sebenarnya dari sebuah penelitian skripsi. Sehingga perlu dianalisa dan ditarik kesimpulan serta saran-saran dari penelitian ini.

Pada skripsi ini peneliti menggunakan analisis kualitatif yang cenderung bersifat deduktif, yaitu sebuah penelitian yang berangkat dari pengetahuan umum dan dengan bertitik tolak pada pengetahuan umum kita hendak menilai kejadian yang khusus.<sup>33</sup> Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara deduktif mulai dari tema-tema khusus ke tema-tema umum dan menafsirkan makna data.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> *Ibid*, h. 224.

<sup>33</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta : Andi Offset, 2004), h. 41.

<sup>34</sup> John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2013), h. 4-5.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Persaingan Usaha

##### 1. Pengertian Persaingan Usaha

Usaha dalam kehidupan sehari-hari merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mencukupi kebutuhan hidupnya.<sup>35</sup> Usaha didefinisikan sebagai sebuah kegiatan atau aktivitas yang mengalokasikan sumber-sumber daya yang dimiliki kepada suatu kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa yang bisa dipasarkan kepada konsumen agar dapat memperoleh keuntungan atau pengembalian hasil.<sup>36</sup>

Seseorang dalam menjalankan usahanya tentu saja mengalami berbagai macam persaingan dari para pesaingnya. Menurut Porter, persaingan adalah inti dari keberhasilan. Agar dapat memenangkan setiap persaingan, setiap perusahaan harus memiliki strategi bersaing.<sup>37</sup> Salah satunya dengan membangun kepercayaan dalam suatu hubungan jangka panjang antara pedagang dan pelanggannya.<sup>38</sup> Dengan demikian, persaingan usaha merupakan rivalitas yang terjadi di antara para pelaku usaha untuk dapat memperoleh konsumen dengan menawarkan barang yang berkualitas baik dan dengan harga yang baik pula.

---

<sup>35</sup> Hamdi, *Energi Terbarukan* (Jakarta : Kencana, 2016), h. 32.

<sup>36</sup> Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011), h. 6-7.

<sup>37</sup> Wibowo Kuntjoroadi, "Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Perkembangan Komersial". *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 16 No.1 (2009) ISSN 0854-3844, h. 46.

<sup>38</sup> Claudia Vanesha Pitoy, Altje Tumbel. Maria Tielung, "Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus pada PT. Astragraphia, TBK Manado)". *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 16 No. 03 (2016), h. 303.

## **2. Landasan Hukum Persaingan Usaha**

Pada prinsipnya keberadaan hukum persaingan usaha bertujuan untuk mengupayakan terciptanya persaingan usaha yang sehat (*fair competition*) yang dapat mendorong pelaku usaha untuk melakukan efisiensi agar mampu bersaing secara wajar dengan para pesaingnya. Hal ini tercantum dalam UU No. 5 Tahun 1999 Pasal 3 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah untuk :

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil;
- c. Mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
- d. Terciptanya efektifitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.<sup>39</sup>

## **3. Macam-macam Persaingan Usaha**

### **a. Persaingan Usaha Sempurna**

Persaingan usaha sempurna ini merupakan struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap

---

<sup>39</sup> Supianto, "Pendekatan Per se Illegal dan Rule of reason dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia" *Jurnal Rechtsens*. Vol.2, No. 1 (2013), h. 48-49.

penjual atau pun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar, sedangkan persaingan usaha seperti ini banyak sekali terjadi di Indonesia pada masa sekarang

#### **b. Persaingan Usaha Tidak sehat**

Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Yang termasuk persaingan usaha tidak sehat ini antara lain:

##### **1) Monopoli**

Praktik monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan/ atau pemasaran barang atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.<sup>40</sup>

##### **2) Monopsoni**

Monopsoni adalah keadaan yang terjadi di suatu pasar dimana hanya ada satu pembeli (yang memiliki posisi dominan) bagi suatu produk tertentu. Dengan posisi dominan yang dimiliki pembeli ini dapat memaksa para

---

<sup>40</sup> Ezmia Febrina, "Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) yang Dilakukan Pelaku Usaha dalam Perspektif Persaingan Usaha", *Jurnal selat*, Vol. 4, No. 2, Mei (2017), h. 241.

penjual untuk menyetujui harga dan persyaratan-persyaratan yang ditetapkan oleh pembeli tunggal tersebut.

### **3) Penguasaan Pasar**

Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri-sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan usaha yang sama pada pasar yang bersangkutan, dan melakukan praktik diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu. Ukuran penguasaan pasar tidak harus 100%, penguasaan 50% atau 75% saja sudah tidak dapat dikatakan mempunyai market power.

### **4) Persekongkolan**

Bahwa dalam kolusi ada suatu perjanjian rahasia yang dibuat oleh dua orang atau lebih dengan tujuan penipuan atau penggelapan yang sam artinya dengan konspirasi dan cenderung berkonotasi negatif.<sup>41</sup>

### **5) Oligopoli**

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara beramasama lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat

---

<sup>41</sup> *Ibid*

mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau jasa, pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jenis tertentu.<sup>42</sup>

#### **6) Penetapan harga**

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku lagi:

- a) Suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan;
- b) Suatu perjanjian yang didasarkan undang-undang yang berlaku
- c) Perbedaan harga

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar

---

<sup>42</sup> *Ibid*



dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama. Larangan membuat perjanjian untuk tidak menjual/ memasok kembali dengan harga yang lebih rendah dari yang diperjanjikan (pasal 8 UU arti Monopoli)

### **7) Pembagian Pasar**

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha persaingan yang bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan atau jasa sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.<sup>43</sup>

### **8) Pemboikotan**

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha persaingannya, yang dapat menghalangi pelaku usaha lain untuk melakukan usaha yang sama, baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha persaingannya, untuk menolak menjual setiap barang dan atau jasa dari pelaku usaha lain sehingga pembuatan tersebut:

---

<sup>43</sup> *Ibid*

- a. Merugikan atau diduga akan merugikan pelaku usaha liannya
- b. Membebani pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli setiap barang atau jasa dari pasar bersangkutan.
- c. Karter

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha persaingan, yaang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

## **9) Trust**

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelau usaha lain untuk melakukan kerja sama dengan membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar , dengan tetap menjaga dan mempertahankan keangsunan hidup masingmasing perusahaan atau perseroan anggotanya yang bertujuan untuk mengontrol produksi daan atau pemasaran atas barang dan atau jasa

sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.<sup>44</sup>

#### **10) Oligopsoli**

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha yang bertujuan untuk secara bersama-sama menguasai pemebeliaan atau penerimaan pemasokan agar dapat mengendalikan harga atau barang dan atau jasa dalam pasar berdangkutan, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Pelaku usaha patut disuga atau dianggap secara bersama-sama menguasai pemebeliaan atau penerimaan pasokan. Pelaku usahaa atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75 % (Tujuh puluh lima persen) penguasaan pasar suatu jenis barang atau jasa tertentu.

#### **11) Intergrasi Horizontal**

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha yang bertujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan tau jada tertentu yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan baik dalam satu rangkaian langsung maupun tidka

---

<sup>44</sup> *Ibid*, h. 242.

langsung, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat.<sup>45</sup>

## **12) Perjanjian tertutup**

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku lain yang membuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan jasa hanya akan memasok atau tidak memasok kembali barang dan atau jasa tersebut kepada pihak tertentu dan atau pada waktu tertentu. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain yang membuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian mengenai harga atau potongan harga tertentu atau barang dan atau jasa, yang membuat persyaratan bahwa pelaku usaha yang menerima persyaratan bahwa pelaku usaha yang menerima barang atau jasa dari pelaku usaha pemasok harus bersedia membeli barang atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok, atau tidak akan membeli barang atau jasa yang sama atau sejenis dari pelaku lain yang menjadi persaingan dari pelaku usaha pemasok.

---

<sup>45</sup> *Ibid*, h. 242.

*Predatory pricing* adalah salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual produk dengan harga dibawah biaya produksi (average cost atau marginal cost). Areeda dan Turner mengatakan bahwa adalah bukan merupakan predatory pricing apabila harga adalah sama atau diatas biaya marginal dari produksi suatu barang. Adapun tujuan utama dari *predatory pricing* untuk menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar dan juga mencegah pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing untuk masuk ke dalam pasar yang sama. Segera setelah berhasil membuat pelaku usaha pesaing keluar dari pasar dan menunda masuknya pelaku usaha pendatang baru, maka selanjutnya dia dapat menaikkan harga kembali dan memaksimalkan keuntungan yang mungkin didapatkan. Untuk dapat melakukan perbuatan tersebut, maka pelaku usaha tersebut haruslah mempunyai pangsa pasar yang besar dan keuntungan yang akan diperoleh dapat menutupi kerugian yang diderita selama masa predator.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> *Ibid*, h. 242-243.

#### **4. Unsur-Unsur Persaingan Usaha**

Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis adalah:

##### **1. Pihak-pihak yang bersaing.**

Manusia merupakan perilaku dan pusat pengendalian bisnis. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta yang dimilikinya. Harta yang diperolehnya adalah rizki yang diberikan Allah SWT. Tugas manusia adalah berusaha sebaik-baiknya, salah satunya dengan jalan bisnis. Tidak ada anggapan rizki yang diberikan Allah akan diambil oleh pesaing. Karena Allah telah mengatur hak masing-masing sesuai usahanya. Keyakinan ini dijadikan landasan sikap tawakal setelah manusia berusaha sekuat tenaga. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.<sup>47</sup>

##### **2. Segi cara bersaing.**

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara

---

<sup>47</sup> Muhammad Ismali Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* ( Jakarta, Gema Insani : 2008), h. 92-93.



merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain, seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis.

Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya. Walaupun ini tidak berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut.<sup>48</sup>

Dalam berbisnis, harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun tidak menghalalkan segala cara

### **3. Objek (barang atau jasa) yang dipersaingkan**

Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

#### **a. Produk**

Produk yang dipersaingkan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.

---

<sup>48</sup> *Ibid*, h. 93-96

## **b. Harga**

Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.

## **c. Tempat**

Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti gambar porno, minuman keras dan sebagainya untuk sekedar menarik pembeli.

## **d. Pelayanan**

Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.

## **e. Layanan purna jual**

Ini merupakan servis yang akan melanggengkan. Akan tetapi ini diberikan dengan cuma-cuma atau sesuai akad.<sup>49</sup>

Buku dari guru besar Harvard Michael E.Porter “Competitive Strategy (strategi bersaing)” mendorong konsep lingkungan industry ke permukaan pemikiran strategi dan perencanaan usaha. Inti dari buku tersebut adalah Porter menjelaskan 5 kekuatan yang membentuk kompetisi dalam industry. Kerangka kerja Porter yang di definisi dengan baik membantu manajer stratejik mengaitkan oengaruh dari factor-faktor “remote” terhadap akibat yang dihasilkan pda lingkungan operasi perusahaan. Menurut Porter, sifat dan

---

<sup>49</sup> *Ibid.*

tingkat kompetisi dalam suatu industri bergantung pada 5 kekuatan (five competitive forces), yaitu :

1. Ancaman pendatang baru (*The threat of new entrants*)
2. Daya tawar pelanggan (*The bargaining power of customer*)
3. Daya tawar pemasok (*The bargaining power of supplier*)
4. Ancaman produk atau jasa substitusi (*The threat of substitute products or service*)
5. Persaingan di antara kontestan yang ada (*The jockeying among current contestants atau rivalry among existing firms*)

Untuk menyusun rancangan strategi menghadapi kekuatan-kekuatan ini dan tumbuh, suatu perusahaan harus memahami bagaimana cara kerja kekuatan-kekuatan tersebut dalam industry dan bagaimana pengaruh mereka terhadap perusahaan dalam situasi tertentu. tetapi sering seklai kita memandang persaingan terlalu sempit dan terlalu pesimistik. Tambahan lagi, dalam perjuangan untuk memperoleh bagian pasar (marker share), persaingan tidak hanya terjadi di antara sesame peserta persaingan. Persaingan dalam suatu industri berakar pada situasi ekonomi yang mendasarinya, dan kekuatan persaingan yang ada tidak hanya berupa peserta persaingan atau perusahaan yang sudah ada dalam industry tersebut.

Pelanggan (pembeli), pemasok, calon pendatang baru, dan produk substitusi (pengganti), semua merupakan “peserta persaingan” yang dapat penting atau aktif bergantung pada industri. Persaingan dalam industri dapat

tajam seperti ban, kaleng logam dan baja, yang para anggotanya tidak menikmati ROI tinggi, atau sedang-sedang saja seperti dalam industri jasa dan peralatan perminyakan, minuman ringan dan kebutuhan kamar mandi, yang para anggotanya masih berpetualang menikmati laba sangat tinggi.<sup>50</sup>

## **B. Etika dan Bisnis**

### **1. Pengertian Etika**

#### **a. Etika Perspektif Umum**

Istilah etika berasal dari kata Yunani yaitu *ethos* (bentuk tunggal) yang berarti adat istiadat (kebiasaan), perasaan batin, kecendrungan hati untuk melakukan perbuatan, watak, sikap, dan cara berpikir. Bentuk jamaknya adalah *ta etha*, yang berarti adat istiadat. Etika adalah refleksi dari apa yang disebut “*se control*”, karena segala sesuatunya dibuat dan diterapkan dari dalam untuk kepentingan kelompok itu sendiri. Dengan kata lain bahwa etika lebih bersifat teoritis. Etika hanya berbicara mengenai nilai perbuatan baik dan buruknya manusia dengan tolak ukur akal pikiran.<sup>51</sup>

Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang *Apa yang Baik dan Apa yang Tidak Baik* untuk dijunjung tinggi dan untuk diperbuat (*Ethics is the Science of Good and Bad*). Menurut etika, yang baik itu adalah terutama :

---

<sup>50</sup> Purwanto, “Analisis Strategi Bersaing Pasar Kaget untuk Memenangkan Persaingan”. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* Vol. 4, Nomor 1, Oct (2016), h. 20.

<sup>51</sup> Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Bandar Lampung : LP2M, 2015), h. 25.

1. Kejujuran (*Honesty*) : mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
2. Ketetapan (*Realibility*) : janjinya selalu tepat : tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan syarat.
3. Loyalitas : setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiaannya, setia kepada organisasinya, berikut pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien, anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya.
4. Disiplin : tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapa pun taat kepada Sistem, Peraturan, Prosedur, dan Teknologi yang telah ditetapkan.<sup>52</sup>

Teori-teori etika pada dasarnya terbagi menjadi dua macam yaitu :

1. *Teori Deontologi* berasal dari bahasa Yunani, :Deon” berarti kewajiban. Etika Deontologi menekankan kewajiban untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dari dibenarkan berdasarkan akibatnya atau tujuan baik dari tindakan yang dilakukan, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada diri sendiri. Dengan kata lain bahwa tindakan itu bernilai moral karena tindakan itu dilaksanakan terlepas dari tujuan atau akibat dari tindakan itu. Contoh : suatu tindakan bisnis akan dinilai baik bagi pelakunya karena tindakan itu sejalan dengan kewajiban pelaku, dalam hal

---

<sup>52</sup> Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis* (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), h. 113.

memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya, serta menawarkan barang dan jasa yang mutunya sebanding dengan harganya.<sup>53</sup>

2. *Etika Teologi*, yaitu etika yang mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dengan tindakan itu, berdasarkan akibatnya yang ditimbulkan atas tindakan yang dilakukan. Suatu tindakan dinilai baik, jika bertujuan mencapai sesuatu yang baik, atau akibat yang menimbulkannya baik dan bermfaat. Misalnya : mencuri sebagai etika teologi tidak dinilai baik atau buruk berdasarkan tindakan itu sendiri, melainkan oleh tujuan dan akibat dari tindakan itu. Jika tujuannya baik, maka tindakan itu dinilai baik.<sup>54</sup>

Dengan kata lain, teori etika adalah gambaran umum rasional mengenai hakikat dan dasar perbuatan dan keputusan yang benar serta prinsip-prinsip yang menentukan klaim bahwa perbuatan dan keputusan tersebut secara moral diperintahkan dan dilarang. Oleh karena itu penelitian etika selalu menempatkan tekanan khusus terhadap definisi konsep-konsep etika, justifikasi, dan penelitian

---

<sup>53</sup> Agus Arijunto, *Etika Binsil Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta : Rajawali Pers , 2011), h. 9-10.

<sup>54</sup> *Ibid*, h. 10.



terhadap keputusan moral, sekaligus membedakan anatar perbuatan atau keputusan yang baik dan buruk.<sup>55</sup>

## 2. Pengertian Bisnis

### a. Bisnis Perspektif Umum

Bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*, mengembangkan kata dasar busy yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Secara luas pengertian bsinsi adalah sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia (individu, komunitas, maupun masyarakat) untuk memperoleh pendapatan atau penhasilan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi, baik barang maupun jasa, secara efektif, dan efisien.

Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang aling menguntungkan atau member manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna dasar sebagai “*the buying and selling ogf goods and services*”. Adapun dalam pandangan Starub dan Artner, bisnis tak lain adalah suatu prganisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Jadi bisnis diartikan menjadi suatu kesibukan atau kativitas dan pekerjaan

---

<sup>55</sup> *Op.Cit.*, h. 27.

yang mendatangkan keuntungan atau nilai tambah. Dalam ilmu ekonomi, bisnis merupakan organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba.<sup>56</sup> Bisnis yang dilakukan sesuai aturan, norma, dan etika akan menguntungkan perusahaan itu sendiri maupun masyarakat luas. Karena citra perusahaan yang baik, seperti akuntabel, dan memiliki *good governance* adalah citra perusahaan yang penting baik di masa sekarang dan di masa yang akan datang.<sup>57</sup>

#### **b. Tujuan Aktivitas Bisnis**

Tujuan bisnis merupakan hasil akhir yang ingin dicapai oleh pelaku bisnis dari bisnis yang mereka lakukan, dan merupakan cerminan dari berbagai hasil yang diharapkan bisa dilakukan oleh bagian-bagian dari perusahaan (produksi, pemasaran, personalia, dll) yang akan menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Sumber daya ekonomi yang dikelola secara efektif dan efisien dengan berbagai aktivitas bisnis bertujuan, yaitu :

1. Menciptakan dan pengadaan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh manusia, baik individu, komunitas, maupun masyarakat.
2. Mendapatkan pendapatan yang diinginkan lebih besar daripada biaya atau ongkos yang telah dikeluarkan pengelola bisnis.
3. Menciptakan nilai tambah bagi pengelola bisnis dan masyarakat.

---

<sup>56</sup> *Op.Cit.*, h. 1.

<sup>57</sup> Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), h. 4.

4. Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat
5. Meningkatkan kesejahteraan bagi seluruh pihak-pihak yang terlibat (pemilik, pekerja, dll).<sup>58</sup>

Secara umum tujuan bisnis dari bisnis yang disebut di atas adalah menyediakan produk berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dilakukan. Dalam jangka panjang, tujuan yang ingin dicapai tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen namun terdapat banyak hal yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam bisnisnya, diantaranya :

1. *Market Standing*, yaitu penguasaan pasar yang akan menjadi jaminan bagi perusahaan untuk memperoleh penadapatan penjualan dan profit dalam jangka panjang.
2. *Innovation*, yaitu inovasi dalam produk (barang atau jasa) serta inovasi keahlian. Tujuan bisnis yang ingin dicapai melalui inovasi adalah menciptakan nilai tambah pada suatu produk, misalnya shampoo 2 in 1.
3. *Physical and Financial Resource*, yaitu perusahaan memiliki tujuan penguasaan terhadap sumber daya fisik dan keuangan untuk mengembangkan perusahaan menjadi semakin besar dan semakin menguntungkan.
4. *Manager Performance and Development*, yaitu manager merupakan orang yang secara operasional bertanggung jawab

---

<sup>58</sup> *Op.Cit.*, h. 20.

perusahaan dengan baik, manager perlu memiliki berbagai kemampuan dan keahlian yang sesuai dengan profesinya. Maka diperluakn peningkatan kinerja dan pengembangan kemampuan manager melalui serangkaian kegiatan kompensasi yang menarik dan program training and development yang berkelanjutan.

5. *Worker Perfomance and Attitude*, untuk kepentingan jangka panjang, maka sikap para karyawan terhadap perusahaan dan pekerjaan perlu diperhatikan agar dapat bekerja dengan baik.
6. *Public Responcibility*, bisnis harus memiliki tanggung jawab social seperti memajukan kesejahteraan masyarakat, mencegah terjadinya poluis dan menciptakan lapangan kerja, dll.<sup>59</sup>

### **3. Etika Bisnis Konvensional**

#### **a. Pengertian Etika Bisnis Konvensional**

Etika bisnis dalam konteks konvensional diartikan sebagai pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas berarti aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela, dan karenanya perilaku manusia tersebut diperbolehkan atau tidak., moralitas selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan manusia, dan

---

<sup>59</sup> *Op.Cit.*, h.21.

kegiatan ekonomis merupakan suatu bidang perilaku manusia yang penting.<sup>60</sup>

Menurut Bertens, ada 3 tujuan yang ingin dicapai dalam etika bisnis, yaitu :

1. Menanamkan atau meningkatkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis. Menanamkan, jika sebelumnya kesadaran itu tidak ada, meningkatkan bila kesadaran itu sudah ada, tapi masih lemah dan ragu. Orang yang mendalami etika bisnis diharapkan memperoleh keyakinan bahwa etika merupakan aspek nyata dari kegiatan ekonomis yang perlu dibeikan perhatian serius.
2. Memperkenalkan argumentasi moral khususnya bidang ekonomi dan bisnis, serta membantu pebisnis atau calon pebisnis dalam menyusun pembuktian moral yang tepat. Dalam hal etika sebagai ilmu, adanya norma-norma moral bukan sekedar dikuatkan, akan tetapi tidak kalah penting adalah alasan bagi berlakunya norma-norma itu. Melalui studi etika diharapkan pelaku bisnis akan sanggup menemukan fundamental rasional untuk aspek moral yang menyangkut ekonomi dan bisnis.
3. Membantu pebisnis atau calon pebisnis untuk menentukan sikap moral yang tepat didalam profesinya (kelak). Hal ketiga

---

<sup>60</sup> Sutarno, *Serba Serbi Manajemen Bisnis* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012), h. 14.

ini memunculkan pertanyaan, apakah studi etika ini menjamin seseorang akan menjadi etis juga?. Jawabnya, sekurangnya meliputi dari sisi berikut, pengajaran tentang etika bisnis boleh diharapkan juga mempunyai dampak atas tingkah laku pebisnis. Bila studi etika telah membuka mata, maka konsekuensi logisnya adalah pebisnis bertingkah laku menurut yang diakui sebagai hal yang benar.<sup>61</sup>

## **b. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Konvensional**

Pandangan bisnis konvensional (kapitalis dan sosialis) menunjukkan, bahwa telah muncul kesadaran baru tentang pentingnya dimensi etika memasuki lapangan bisnis. Kecenderungan baru perusahaan-perusahaan besar, tampaknya mempunyai kecenderungan baru untuk mengimplementasikan etika bisnis sebagai visi masyarakat yang bertanggung jawab secara sosial dan ekonomi. Secara umum mengenai prinsip-prinsip etika bisnis konvensional dapat dipaparkan sebagai berikut

### **1) Prinsip Utilitarianisme**

Utilitarianisme adalah bentuk etika teologikal yang lebih familiar oleh pelaku-pelaku bisnis yang memusatkan pandangannya terhadap masalah "*the bottom line*". Bagi prinsip ini, jika pelaku bisnis yang merupakan suatu badan

---

<sup>61</sup> *Ibid*, h. 14-15.



hukum yaitu perusahaan mempertimbangkan hanya bagaimana agar suatu tindakan akan memberikan keuntungan yang besar, maka hal ini adalah merupakan pandangan utilitarianisme dalam hal ini dikenal sebagai salah satu pandangan dengan analisis laba-rugi (cost-benefit).<sup>62</sup>

Prinsip-prinsip utilitarianisme juga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan sebagai analisis pemegang saham dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- a) Menentukan bagaimana suatu biaya dan manfaat akan dapat diukur dalam memilih satu langkah tindakan atas tindakan yang lain.
- b) Menentukan informasi apa yang dibutuhkan untuk menentukan biaya dan manfaat sebagai alat perbandingan. Mengidentifikasi prosedur-prosedur dan kebijakan-kebijakan yang akan digunakan untuk menjelaskan dan membenarkan analisis atas biaya dan manfaat.
- c) Menetapkan asumsi ketika mendefinisikan dan membenarkan analisis dan kesimpulan yang diambil.

---

<sup>62</sup> Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Bandar Lampung : LP2M, 2015), h. 45.

- d) Menentukan kewajiban moral terhadap tiap pemegang saham setelah biaya dan manfaat disetimasi untuk pengambilan strategi yang spesifik.

Dengan demikian prinsip utilitarianisme setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuendinya. Oleh karena itu, dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat member manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya yang serendah-rendahnya.

## **2) Prinsip Universalisme**

Prinsip universalisme memfokuskan diri pada satu tujuan suatu keputusan atau suatu tindakan. Prinsip ini terdiri dari dua tindakan :

- (a) Seseorang harus memilih untuk bertindak.
- (b) Orang lain diperlakukan sebagai tujuan.<sup>63</sup>

Pendekatan yang dikedepankan oleh prinsip ini dengan memfokuskan diri pada kewajiban yang harus dilakukan seorang individu terhadap individu lain. Bertindak berdasarkan kewajiban maka disebut etis. Jika seseorang atau organisasi bertindak sesuai dengan perasaan atau kepentingan pribadi maka tindakan tersebut tidak memiliki nilai moral. Kritik

---

<sup>63</sup> *Ibid*, h. 47.

pengambilan keputusan yang berkaitan dengan etika dibuat “berdasarkan kepentingan individu dan kebutuhan”.

### **3) Prinsip Hak-Hak**

Prinsip ini menekankan pada nilai tunggal, yaitu kebebasan. Agar disebut etis, keputusan-keputusan dan semua tindakan didasarkan pada “hak-hak individu” yang menjamin kebebasan memilih. Dalam hal ini individu memiliki hak-hak moral yang bersifat tidak dapat ditawar-tawar. Persoalan yang timbul dari prinsip hak-hak yaitu prinsip ini rawan disalahgunakan. Dengan pendekatan ini ketidakadilan sudah pasti terjadi. Karena setiap individu atau organisasi akan bersikeras mempertahankan hak-hak masing-masing berikut dengan pembedanya.

### **4) Prinsip Keadilan Distributif**

Agar disebut etis, keputusan-keputusan dan tindakan harus menjamin pembagian kekayaan, keuntungan, dan kerugian secara adil. Ada lima prinsip keadilan distributive yaitu :

- (a) Setiap orang mendapatkan pembagian yang sama.
- (b) Setiap orang mendapatkan bagian sesuai kebutuhan masing-masing.
- (c) Setiap orang mendapatkan bagian sesuai usaha masing-masing.

(d) Setiap orang mendapatkan bagian sesuai kontribusi social masing-masing.

(e) Setiap orang mendapatkan bagian sesuai jasanya.<sup>64</sup>

**f. Prinsip Hukum Tuhan**

Keputusan-keputusan etis dibuat berdasarkan hukum Tuhan yang ada di dalam kitab suci dan tanda-tanda alam. Dengan mempelajari baik kitab suci maupun alam, manusia akan dapat bersikap etis.

**g. Prinsip Relativisme**

Relativisme etis adalah teori bahwa, karena masyarakat yang berbeda memiliki keyakinan etis yang berbeda. Apakah tindakan moral benar atau salah, sesuai dengan sudut pandang masyarakat itu.<sup>65</sup>

**4. Perkembangan Etika Bisnis**

Sepanjang sejarahnya, kegiatan perdagangan atau bisnis tidak pernah luput dari sorotan etika. Perhatian etika untuk bisnis seumur dengan bisnis itu sendiri. Sejak manusia terjun dalam perniagaan, disadari juga bahwa kegiatan ini tidak terlepas dari masalah etis. Misalnya, sejak manusia berdagang ia tahu tentang kemungkinan penipuan. Dalam teks-teks kuno sudah dapat dibaca teguran kepada pemilik toko yang menipu

---

<sup>64</sup> *Ibid*, h. 48.

<sup>65</sup> *Ibid*, h. 49.

dengan mempermainkan timbangan. Pedagang yang menipu langgan dengan menjual harganya menurut pengukuran berat yang tidak benar dan berlaku tidak etis. Aktivitas perniagaan selalalu berurusan dengan etika, artinya selalu harus mempertumbangkan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Memang benar ditemukannya etika bisnis, etika sudah mendampingi kegiatan manusiawi saat ini.

Namun demikian jika kita menyimak etika bisnis sebagaimana dipahami dan dipraktekkan sekarang tidak bisa disangkal juga, disini kita engadapi suatu fenomena baru. Belum pernah dalam sejarah, etika bisnis mendapat perhatian yang begitu besar dan intensif seperti sekarang ini. Etika bisnis mencapai status ilmiah dan akademis dengan identitas sendiri. Etika sellau dikaitkan dengan bisnis.

Sejak ada bisnis, sejak saat itu pula bisnis dihubungkan dengan etika, sebagaimana etika sellau dikaitkan dengan wilayah-wilayah lain dalam kehidupan manusia seperti politik, keluarga, seksualitas, berbagai profesi dan sebagainya. Jadi etika dalam bisnis belum merupakan suatu bidang yang memiliki corak dan identitas tersendiri. Hal itu baru tercapai dnegan timbulnya “etika bisnis” dalam arti yang sesungguhnya. Etika dalam bisnis mempunyai riwayat yang sudah panjang sekali, sedangkan umur etika bisnis masih muda sekali. Etika bisnis dala arti khusus ini

untuk pertama kali timbul di Amerika Serikat dalam tahun 1970'an dan agak cepat meluas ke kawasan dunia lainnya.<sup>66</sup>

## **5. Pentingnya Etika Bisnis**

Etika mempunyai peranan penting karena lebih menekankan pada bentuk batiniah. Lebih jauh lagi merupakan aspek penting bagi seseorang yang mempunyai profesi (dalam hal ini pebisnis) dalam memutuskan sesuatu. Karena moralitas atau etika sebagai dorongan terhadap keadaan jiwa yang diwujudkan dalam melaksanakan profesinya.

Sebagaimana diungkapkan oleh Al-Ghazali bahwa tujuan etika dalam Islam berpangkal dari pengabdian sepenuhnya pada Tuhan. Pemikiran Al-Ghazali sangat menekankan pada keselamatan individu baik di dunia sekarang maupun di akhirat nanti. Adanya kewajiban bagi manusia pada hakekatnya dimaksudkan untuk keselamatan individu. Apa yang diungkapkan oleh al-Ghazali ini menunjukkan betapa pentingnya etika bagi setiap individu, termasuk dalam hal ini adalah pebisnis, karena dengan menggunakan etika merupakan wujud pengabdian terhadap Tuhan yang akan berakibat pada keselamatan individu di dunia dan akhirat

Di dalam bisnis tidak jarang berlaku konsep tujuan menghalalkan segala cara. Bahkan tindakan yang berbau kriminal pun ditempuh demi pencapaian suatu tujuan. Terjadinya perbuatan tercela dalam dunia bisnis tampaknya tidak menampakkan kecenderungan tetapi sebaliknya, makin hari semakin meningkat. Tindakan mark-up, ingkar janji, tidak menbindahkan

---

<sup>66</sup> K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis* (Yogyakarta : Kanisius, 2000), h. 36-37.

kepentingan masyarakat, tidak memperhatikan sumber daya alam maupun tindakan kolusi dan suap merupakan segelintir contoh pengabaian para pengusaha terhadap etika bisnis. Dengan memetakan pola dalam hubungan bisnis seperti itu dapat dilihat bahwa prinsip-prinsip etika bisnis terwujud dalam satu pola hubungan yang bersifat interaktif. Hubungan ini meliputi berbagai lapisan yang terintegrasi dalam hubungan bisnis yang nuansanya kini telah berubah. Perubahan nuansa perkembangan dunia itu menuntut segera dibenahinya etika bisnis.<sup>67</sup>

### **C. Etika Bisnis Islam**

#### **1. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Menurut Djakfar, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapa pun dalam aktivitas bisnis.<sup>68</sup> Etika Bisnis Islami merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar yang berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan, dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Dalam membicarakan etika bisnis Islami adalah menyangkut "*Business Firm*" dan atau "*Business Person*", yang mempunyai arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha

---

<sup>67</sup> *Ibid*, h. 43.

<sup>68</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Binsis : Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Bumi* (Jakarta : Penebar Plus, 2012), h. 30.



atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

Etika untuk berbisnis secara baik dan *fair* dengan menegakkan hukum dan keadilan secara konsisten dan konsekuen setia pada prinsip-prinsip kebenaran, keadaban, dan bermartabat..

- a. Karena bisnis tidak hanya bertujuan untuk profit melainkan perlu mempertimbangkan nilai-nilai manusiawi, apabila tidak akan mengorbankan hidup banyak orang, sehingga masyarakat pun berkepentingan agar bisnis dilaksanakan secara etis.
- b. Bisnis dilakukan di antara manusia yang satu dengan manusia yang lain, sehingga membutuhkan etika sebagai pedoman dan orientasi bagi pengambilan keputusan, kegiatan, dan tindak tanduk manusia dalam berhubungan (*bisnis*) satu dengan lainnya.
- c. Bisnis saat ini dilakukan dalam persaingan yang sangat ketat, maka dalam persaingan bisnis tersebut, orang yang bersaing dengan tetap memperhatikan norma-norma etis pada iklim yang semakin profesional justru akan menang.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengertian etika bisnis Islami tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi (*religiousness economy practical guidance*)<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Abdul Aziz, Etika Bisnis Perspektif Islam (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 35-36.

## **2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam**

Terdapat empat aksioma etika bisnis, yaitu :

### **a. Prinsip Kesatuan/Tauhid/Keesaan**

Tauhid merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia termasuk kegiatan bisnis. Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk ilahiyah, sosok makhluk yang bertuhann. Dengan demikian, kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari pengawasan Tuhan, dan dalam rangka melaksanakan perintah Tuhan. Konsep keesaan atau ketauhidan menggabungkan ke dalam sifat homogeny semua aspek yang berbeda-beda dala kehidupan seorang muslim. Konsep tauhid merupakan dimensi vertical Islam sekaligus horizontal yang memadukan segi politik, social ekonomi kehidupan manusia menjadi kebulatann yang homogen yang konsisten darislam i dalam dan luas sekaligus terpadu dengan alam luas. Konsep keesaan meiliki pengaruh yang paling mendalam terhadap diri seorang muslim :

- 1) Apapun yang ada di dunia milik Allah, dan memiliki pemikiran dan prilaku yang tidak dapat dibiaskan oleh siapapun.
- 2) Allah Maha yang Kuasa dan Maha Esa, dimana allah dapat memberi dan dnegan mudah mengambil yang diberikan.
- 3) Allah yang memiliki kekuasaan untuk mengambil nyawa seseorang sesuai dengan waktu yang digariskan-Nya.

4) Allah mengetahui segala yang terlihat ataupun yang tersembunyi.

Penerapan Konsep Keesaan dalam Etika Bisnis, yaitu :

- 1) Tidak akan berbuat diskriminatif terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapapun pemegang saham perusahaan atas ras, warna kulit, jenis kelamin, ataupun agama.
- 2) Tidak dapat dipaksa untuk tidak berbuat etis, karena dia hanya takut pada Allah.
- 3) Tidak akan menimbun kekayaan dengan keserakahan karena ia sadar harta di dunia bersifat sementara dan tidak mencari kekayaan dengan cara apapun.

Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak akan melakukan palin gtidak tiga hal:

Pertama, diskriminasi terhadap pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama, hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al Hujurat ayat 13.

يَتَأْتِيَ النَّاسُ إِنَّا خَلَقْتُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَنُكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya : *Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.*<sup>70</sup>

Kedua, Allah lah semestinya yang paling ditakuti dan dicintai. Oleh karena itu, sikap ini akan terefleksikan dalam seluruh sikap hidup dalam berbagai dimensinya termasuk aktivitas bisnis (QS. Al An'aam ayat 163).

لَا شَرِيكَ لَهُ ۚ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ

Artinya : *“Tiada sekutu bagiNya; dan demikian Itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah)”*.<sup>71</sup>

Ketiga, menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah (QS. Al Kahfi ayat 46).

الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا

<sup>70</sup> Departemen Agama RI, Al-'aliyi : *Al-Qur'an dan Terjemahannya*”, (CV. Pennerbit Diponegoro : Bandung), h. 412.

<sup>71</sup> *Ibid*, h. 119.

*Artinya : Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia tetapi amalan-amalan yang kekal lagi saleh adalah lebih baik pahalanya di sisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan.*<sup>72</sup>

#### **b. Prinsip Keadilan/Keseimbangan**

Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan lingkungan. Keadilan atau keseimbangan berarti bahwa perilaku bisnis harus adil atau seimbang. Keseimbangan berarti tidak berlebihan dalam mengejar keuntungan ekonomi. Kepemilikan individu yang tidak terbatas, sebagaimana dalam system kapitalis, tidak dibenarkan. Dalam Islam harta mempunyai fungsi social yang kental, dan dijelaskan juga dalam Al-Qur'an bahwa pembelanjaan harta benda harus dilakukan dalam kebaikan atau jalan Allah dan tidak pada sesuatu yang dapat membinasakan diri (QS. Al Baqarah ayat 195).

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ  
الْمُحْسِنِينَ

*Artinya : Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.*<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Ibid, h. 238.

<sup>73</sup> Ibid, h. 23.

Allah memerintahkan agar berlaku baik dalam seluruh perbuatan-perbuatan, menghindari ketimpangan dan kerusakan. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Qasas : 77 .

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۚ وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ  
الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya : Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.<sup>74</sup>

Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Isra' ayat 35 yang berbunyi :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Artinya : Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.

Keseimbangan ekonomi akan dapat terwujud apabilamemenuhi syarat-syarat berikut. *Pertama*, produksi, konsumsi dan distribusi harus berhenti pada titik keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggamannya

orang. *Kedua*, Setiap kebahagiaan individu harus mempunyai nilai yang sama dipandang dari sudut sosial, karena manusia adalah makhluk *teomorfis* yang harus memenuhi ketentuan keseimbangan nilai yang sama antara nilai sosial marginal dan individual dalam masyarakat. *Ketiga*, tidak mengakui hak milik yang tak terbatas dan pasar bebas yang tak terkendali.

Keadilan atau keseimbangan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan hubungan antara alam semesta. Sifat keadilan atau keseimbangan bukan hanya karakteristik alami, melainkan merupakan karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Keadilan yang ditunjukkan Islam adalah keadilan yang mutlak dan sempurna bukan keadilan yang relative dan parsial. Maka keadilan dalam islam adalah mencari motif keadilan yang paling dalam, misalnya perbuatan itu ditentukan oleh niat dan kita berbuat seolah-olah di hadapan Allah.

Individu diperbolehkan untuk mengembangkan hak pribadinya dengan syarat tidak mengganggu kepentingan masyarakat, karena manusia hidup ditengah perjuangan dalam diri sendiri dan orang lain dalam menegakkan keadilan. Dijelaskan juga bahwa ciri-ciri orang yang mendapat kemuliaan dalam pandangan Allah adalah mereka yang membelanjakan harta bendanya secara tidak berlebihan dan tidak pula kikir, tidak melakukan kemusyrikan, tidak membunuh jiwa yang



diharamkan, tidak berzina, tidak memberikan keaksian palsu, tidak tuli, dan tidak buta terhadap ayat-ayat Allah.<sup>75</sup>

**c. Prinsip Kebenaran : Kebajikan dan Kejujuran**

Nilai kebenaran adalah merupakan nilai yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah : 147.

الْحَقُّ مِنْ رَبِّكَ فَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُمْتَرِينَ ﴿١٤٧﴾

*Artinya : Kebenaran itu adalah dari Tuhanmu, sebab itu jangan sekali-kali kamu Termasuk orang-orang yang ragu.*

Dalam konteks etika bisnis yang harus dilakukan adalah dalam hal sikap dan perilaku yang benar yang meliputi dari proses bisnis hingga hasil dari keuntungan bisnis yang diperoleh. Kebajikan adalah sikap ihsan, yang merupakan tindakan yang member keuntungan bagi orang lain. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan, sedangkan kejujuran dipandang sebagai suatu nilai yang paling unggul dan harus dimiliki oleh seluruh masyarakat karena menjadi corak nilai manusia yang berakhlak.

**d. Prinsip Kehendak Bebas atau Dibebaskan**

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Yang tidak

---

<sup>75</sup> Ibid, h. 55.

boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba. Dalam takaran ini kebebasan manusia tidak mutlak tetapi merupakan kebebasan yang bertanggung jawab dan berkeadilan.

Manusia sebagai khalifah di muka bumi sampai batas-batas tertentu mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya kepada tujuan yang akan dicapainya. Manusia dianugerahi kehendak bebas (*free will*) untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada (Beekun, 1997 : 24).

Dalam mengembangkan kreasi terhadap pilihan-pilihan, ada dua konsekuensi yang melekat. Di satu sisi ada niat dan konsekuensi buruk yang dapat dilakukan dan diraih, tetapi di sisi lain ada niat dan konsekuensi baik yang dapat dilakukan dan diraih. Terdapat konsekuensi baik dan buruk oleh manusia yang diberi kebebasan untuk memilih tentu sudah harus diketahui sebelumnya sebagai suatu risiko dan manfaat yang bakal diterimanya.

Secara Islami dua pilihan yang diniatkan dan berkonsekuensi tersebut sebagai suatu pilihan di mana di satu pihak mengandung pahala yang berguna bagi diri sendiri maupun masyarakat dan di lain pihak mengandung dosa yang berpengaruh buruk bagi diri sendiri maupun bagi orang. Sebagaimana disebutkan dalam QS. An Nisa ayat 85 :

مَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۖ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۚ وَكَانَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٥٥﴾

Artinya : “Barang siapa yang memberikan hasil yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian (pahala) darinya. Dan barang siapa yang memberikan hasil yang buruk, niscaya ia akan memikul bagian (dosa) daripadanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”.<sup>76</sup>

Juga dijelaskan dalam QS. Al Kahfi ayat 29 :

وَقُلِ الْحَقُّ مِن رَّبِّكُمْ ۖ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ ۚ إِنَّا أَعْتَدْنَا لِلظَّالِمِينَ نَارًا أَحَاطَ بِهِمْ سُرَادِقُهَا ۚ وَإِنْ يَسْتَغِيثُوا يُغَاثُوا بِمَاءٍ كَالْمُهْلِ يَشْوِي الْوُجُوهَ ۚ بِئْسَ الشَّرَابُ وَسَاءَتْ مُرْتَفَقًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Katakanlah bahwa kebenaran itu datangnnya dari Tuhan Mu. Maka barang siapa yang ingin (beriman), hendaknnya beriman, dan barang siapa yang ingin (kafir) biarlah ia kafir. Sesungguhnya kami telah menyediakan bagi orang-orang yang zalim neraka yang gejolaknya mengepung mereka”.<sup>77</sup>

#### e. Prinsip Tanggung Jawab

Segala kebebasan dalam melakukan bisnis oleh manusia tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan Sesuai dengan apa yang ada dalam al-Qur'an surah Al Mudatsir ayat 38 :

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينٌ ﴿٣٨﴾

<sup>76</sup> Departemen Agama RI, Al-'aliyi "Al-Qur'an dan Terjemahannya", (CV. Penerbit Diponegoro : Bandung), h. 73.

<sup>77</sup> Ibid, h. 237.

*Artinya : ”Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”<sup>78</sup>*

Pertanggungjawaban berarti bahwa manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan di hadapan Tuhan. Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia, bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas kesetimbangan dalam masyarakat. Karena manusia yang hidup sebagai makhluk social, tidak bisa bebas, dan semua tindakannya harus dipertanggungjawabkan.<sup>79</sup>

### **3. Persaingan Usaha dalam Islam**

Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya. Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan jujur dengan kondisi barang dagangan serta melarang kolusi dalam persaingan

---

<sup>78</sup> *Ibid*, h. 480.

<sup>79</sup> *Ibid*, h. 63

bisnis karena merupakan perbuatan dosa yang harus di jauhi.<sup>80</sup>

Sebagaimana disebutkan dalam QS. Al Baqarah ayat 188 :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.

#### 4. Praktik Bisnis yang Diperbolehkan dan yang Dilarang dalam Islam

##### a. Praktik Bisnis yang Diperbolehkan

Bisnis Islami adalah bisnins yang dalam praktiknya terdapat persaingan sehat yang dibingkai dengan niali dan moralitas Islam yang secara garis besar terbagi dua : *Pertama*, norma yang bersfiat khas yaitu hanya berlaku untuk muslim. *Kedua*, norma yang bersifat umum yaitu berlaku untuk seluruh masyarakat. Islam mengajarkan bahwa tidak semua bang dan jasa dapat dikonsumsi dan diproduksi. Seorang mislim hanya diperkenankan mengkonsumsi dan memproduksi barang barang yang baik dan halal, sehingga barang yang haram harus ditinggalkan. Sekain itu Islam juga memperhatikan norma yang bersifat umum beralku dalam masyarakat umum dan berlaku secara

---

<sup>80</sup> Norvadewi, "Bisnis dalam Perspektif Islam". Jurnal AL-TIJARY, Vol. 01, No. 01, Desember (2015), h. 38-39.

universal, seperti persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan.

Islam mengajarkan prinsip-prinsip moral sebagai berikut :

1) Jujur dalam menukar dan menimbang

Jujur dalam takaran sangat penting untuk diperhatikan karena Allah telah menjelaskan dalam al-Qur'an Surah La-Muthafifin Ayat 1-6 :

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾ أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ ﴿٤﴾ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ﴿٥﴾ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa Sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar, (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam.<sup>81</sup>

Allah telah memerintahkan kita untuk menegakkan timbangan secara adil dan tidak menguranginya. Barang siapa meninggalkan sesuatu karena Allah, niscaya Allah akan menggantinya dengan sesuatu yang lebih baik darinya.

---

<sup>81</sup> Mushaf AL-AZHAR, “Al-Qur'an dan Terjemah”, (Penerbit Hilal : Bandung), h. 587.

## 2) Menjual barang yang halal

Telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-A'raaf : 157,

Allah berfirman :

وُحِّلَ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَتُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ

Artinya : Dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk.<sup>82</sup>

Juga telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Maidah : 4, Allah berfirman :

يَسْأَلُونَكَ مَاذَا أُحِلَّ لَهُمْ قُلْ أُحِلَّ لَكُمْ الطَّيِّبَاتُ

Artinya : Mereka menanyakan kepadamu: "Apakah yang Dihalalkan bagi mereka?". Katakanlah: "Dihalalkan bagimu yang baik-baik

## 3) Menjual barang yang baik mutunya

Salah satu cacat etis dalam bisnis adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang dihatapkan adalah tanggung jawab yang berkeseimbangan antara memperoleh profit dan memnuhi norma-norma dasar masyarakat yang baik berupa hukum, maupu etika danadat. Ssungguhnya orang-orang yang dzakim tidak akan pernah mendaatkan keuntungan.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> Ibid, h. 107.

<sup>83</sup> Rinol Sumantri dan Nur Aisyah Yuliza, "Teori-teori Etika Perilaku Bisnis dan Pandangan Islam tentang Perilaku Etika Binsis". *Economic Jurnal*, Vol. 1 No. 1 (2015), h. 22.



Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an Surah Al-Qasas : 37

yang berbunyi :

وَقَالَ مُوسَىٰ رَبِّي أَعْلَمُ بِمَن جَاءَ بِالْهُدَىٰ مِنْ عِنْدِهِ ۖ وَمَن تَكُون لَهُ عَاقِبَةُ  
الدَّارِ ۖ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ ﴿٣٧﴾

Artinya : Musa menjawab: "Tuhanku lebih mengetahui orang yang (patut) membawa petunjuk dari sisi-Nya dan siapa yang akan mendapat kesudahan (yang baik) di negeri akhirat. Sesungguhnya tidaklah akan mendapat kemenangan orang-orang yang zalim".<sup>84</sup>

Sikap semacam itu natara lain menghilangkan keberkahan karena merugikan dan menipu orang lain yang di dalamnya terjadi eksploitasi hak-hak yang tidak dibenarkan dalam ajaran Islam.

#### 4) Tidak menyembunyikan cacat barang

Jika terdapat aib pada barang dagangan yang mengurangi nilainya, penjual berkewajiban untuk menjelaskan kepada pembeli. Jika dia tidak menjelaskan maka penjual terhitung melakukan tindak penipuan. Dinayatakan dalam hadist dari H.R Al-Bukhari di dalam kitab shahihnya dari Hakim Bin Hizam, Rasulullah SAW bersabda

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا أَوْ قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَ وَبَيَّنَّا بُرْكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ  
كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

*"Dua orang yang menjual beli mempunyai hak pilih selagi belum berpisah, atau beliau bersabda, Hingga keduanya saling berpisah, jika keduanya saling jujur dan menjelaskan, maka keduanya saling menyembunyikan dan berdusta, maka barakah jual beli itu dihapuskan".*

---

<sup>84</sup> Op.Cit, h. 24.

#### 5) Tidak melakukan sumpah palsu

Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari terutama di kalangan pedagang pebisnis yang dikenal dengan obral sumpah. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas, dengan harapan orang terdorong untuk membelinya.<sup>85</sup> Sumpah dalam jual beli itu hukumnya makruh, baik pelakunya seorang pendusta atau orang yang jujur. Jika pelakunya seseorang yang suka berdusta dalam sumpahnya, sumpahnya menjadi makruh yang mengarah kepada haram. Dosanya lebih besar dan adabnya sangat pedih, dan itulah yang disebut dengan sumpah dusta. Sumpah itu, jika menjadi satu sarana melariskan dagangan, maka ia akan menghilangkan berkah jual beli dan juga keuntungan. Hal tersebut telah dijelaskan dalam hadits Abu Hurairah, Rasulullah SAW bersabda :

لِلْبَرَكَةِ مُمِجَّةٌ لِلسَّلْعَةِ مُنْفَقَةٌ الْحَلْفُ

*“sumpah itu melariskan dagangan, akan tetapi menghapuskan keberkahannya”* (HR. Abu Hurairah)

#### 6) Longgar dan murah hati

Dalam transaksi terjadi kontrak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini penjual diharapkan bersikap ramah dan murah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli.

---

<sup>85</sup> *Op.Cit*, h. 24.

Kunci suksesnya adakah satu yaitu *service* kepada orang lain.<sup>86</sup>

Sebagaimana telah dijelaskan dalam al-Qur'an Surah Ali Imran :

159 yang berbunyi :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ



*Artinya : Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.<sup>87</sup>*

#### 7) Tidak menyaingi penjual lain

Islam menekankan hubungan yang konstruktif dengan siapapun termasuk antar sesama pelaku bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoly, maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan.<sup>88</sup>

#### 8) Tidak melakukan riba

---

<sup>86</sup> *Ibid*, h. 25.

<sup>87</sup> Mushaf AL-AZHAR, "Al-Qur'an dan Terjemah". (Penerbit Hilal : Bandung), h. 71.

<sup>88</sup> *Op.Cit.* h, 26.

Riba berarti menambah tambahan dari sesuatu yang dihutangkan.<sup>89</sup> Dalam Al-Qur'an Surah Ar-Rum : 39, Allah berfirman :

وَمَا آتَيْتُم مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمِ الْمُضْغِفُونَ ﴿٣٩﴾

*Artinya : dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).*

9) Mengeluarkan zakat bila telah sampai nisab dan haulnya

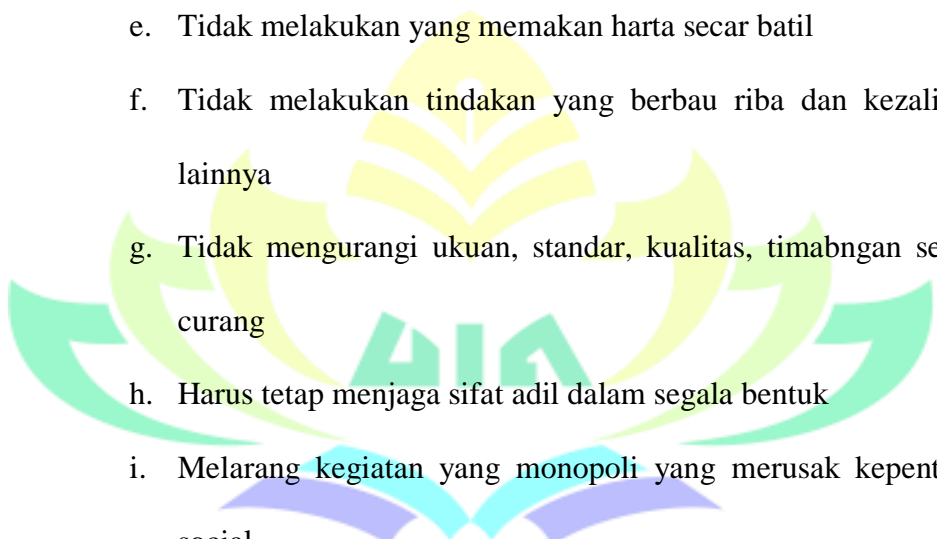
Zakat merupakan konsep ajaran Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah Rasul bahwa harta kekayaan yang dimiliki seseorang adalah amanah dari Allah dan berfungsi sosial. Zakat adalah suatu kewajiban yang diperintahkan oleh Allah SWT.<sup>90</sup>

Ada beberapa praktik yang dianjurkan dalam kegiatan bisnis (perdagangan) yang baik dalam Islam yaitu :

- a. Selalu menghiiasi amal dengan niat ibadah dan ikhlas
- b. Memberikan informasi tentang barang secara jujur dan transparan, apa adanya, tidak menggoda dan menjerumuskan pembeli

<sup>89</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : PT> Raja Grafindo Persada, 2011), h. 57.

<sup>90</sup> Elsi Kartika Sari, *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf* (Jakarta : Grafindo, 2007), h. 11.

- 
- c. Tidak mendistribusikan baran-barang yang membahayakan dan yang diharamkan
  - d. Bersifat jujur, memegang amanah dan berdakwah
  - e. Tidak melakukan yang memakan harta secar batil
  - f. Tidak melakukan tindakan yang berbau riba dan kezaliman lainnya
  - g. Tidak mengurangi ukuan, standar, kualitas, timabngan secara curang
  - h. Harus tetap menjaga sifat adil dalam segala bentuk
  - i. Melarang kegiatan yang monopoli yang merusak kepentingan social
  - j. Menganjurkan sifat saling menolong, toleransi, dan sedekah
  - k. Menjelaskan spesifikasi, kegunaan barang secara jujur, terus terang dan transparan
  - l. Tidak melakukan pameran barang yang menimbulkan salah persepsi
  - m. Membebabskan kosnumen memilih keinginannya, tidak melakukan paksaan, dan memebrikan kesmepatan kepada konsumen untuk mengembalikan brangnya jika salah beli, toidak sesuai dan tidak memusakan sesuai yang dijelaskan
  - n. Memuat komposisi dan isi barang
  - o. Memberikan pelayanan purnajual yang jujur

p. Tidak melakukan praktik rakus laba.<sup>91</sup>

## **b. Praktik Bisnis yang Dilarang**

### **1) Kecurangan Dalam Takaran**

Kecurangan dalam menakar dan menimbang sangat dalam dilarang dalam bisnis Islami. Hal ini mendapat perhatian khusus dalam Al-Qur'an karena praktek seperti ini telah merampas hak dan merugikan orang lain. Selain itu praktek seperti ini juga menimbulkan dampak yang sangat vital dalam dunia bisnis (perdagangan) yaitu timbulnya ketidakpercayaan pembeli terhadap para pedagang yang curang. Dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa pedagang yang curang pada saat menakar dan menimbang mendapat ancaman siksa di akhirat.<sup>92</sup> Para pedagang dianjurkan untuk melakukan transaksi dengan tidak melakukan kecurangan, hal ini ditegaskan dalam Al-Qur'an surah Al Isra' ayat 35.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ  
تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

*Artinya : Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.*

---

<sup>91</sup> Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Bandar Lampung : LP2M, 2015), h. 96.

<sup>92</sup> *Ibid*

Kecurangan merupakan sebab timbulnya ketidakadilan dalam masyarakat padahal keadilan diperluakn dalam swtiap perbuatan agar tidak menimbulkan perselisihan. Pedagang yang mencampur beras kualitas bagus dengan beras berkuakitas rendah, penjual daging yang menimbang daging dnegan campuran tulang yang menurut kebiasaan tidak disertakan dalam penjuakan, pedagang kain yang ketika kulakan mebiarkan kain dalam keadaan kendor, pada saat menjual ia menariknya cukup kuta sehingga ia memperoleh keuntungan tambahan dari cara pengukurannya, itu semua mendatangkan azab bagi pelakunya. Penipuan dalam perdagangan merupakan perbuatan yang dilarang.

## **2) Rekayasa Harga**

Rekayasa harga dpaet terjadi ketika ada seseorang yang menjadi penghubung antara pedagang dari pedesaan, kemudian ia membeli dagangan itu sebelum masuk pasar sehingga para pedagang desa belum tahu harga di pasar yang sebenarnya. Kemudian pedagang penghubung tai menjual ke kota dengan mengambil keuntungan besar yang diperoleh dari pembelian mereka terhadap pedagang pedesaan. Praktek seperti ini dilarang oleh Rasulullah karena dpat menimbulkan penyesalan terhadap pedagang pedesaan tersebut.



### 3) Praktik Riba

Dalam praktik riba seseorang berusaha memenuhi kebutuhan orang yang ingin meminjam harta, tetapi di saat yang sama ia mengahuskan kepada orang yang meminjam itu untuk memebri tambahan yang nanti akan diambilnya, tanpa ada imbalan darinya berupa kerja dan tidak pula saling memikirkan. Sehingga disini yang kaya semakin kaya, yang miskin seamkin miskin. Pelaku riba bagaikan segumpal darah yang menyerap darah orang-orang yang bekerja keras, sedangkan ia toidak bekerja apa-apa tetapi tetap memperoleh keuntungan yang melimpah ruah. Okeh karena itu Islam sangat keras dalam mengharamkan riba dan memasukkannya di antara dosa besar yang merusak serta mengancam orang yang berbuat demikian dengan ancaman yang sangat berat. Larangan praktik riba dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 130.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

*Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda] dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.<sup>93</sup>*

---

<sup>93</sup> Departemen Agama RI, Al-'aliyi "Al-Qur'an dan Terjemahannya", (CV. Penerbit Diponegoro: Bandung), h. 53.

#### 4) Penimbunan Komoditas

Islam mengajak kepada para pemilik harta untuk mengembangkan harta mereka dan menginvestasikannya, sebaliknya melarang mereka untuk membekukan dan tidak memfungsikannya. Maka tidak boleh bagi pemilik tanah menelantarkan tanahnya dari pertanian, apabila masyarakat memerlukan apa yang dikeluarkan oleh bumi berupa tanaman dan buah-buahan. Demikian juga tidak diperbolehkan bagi pemilik uang untuk menimbun dan menahannya dari peredaran, sedangkan umat dalam keadaan membutuhkan untuk memfungsikan uang itu untuk proyek-proyek yang bermanfaat dan dapat membawa dampak berupa terbukanya lapangan kerja bagi para pengangguran dan menggairahkan aktivitas perekonomian.<sup>94</sup>

---

<sup>94</sup> *Ibid*, h. 110.

### BAB III

#### LAPORAN HASIL PENELITIAN

##### A. Gambaran Umum Kecamatan Belalau

###### 1. Sejarah Singkat Kecamatan Belalau

Kecamatan Belalau merupakan bagian dari wilayah Kabupaten Lampung Barat dengan luas wilayah 21198 Ha yang mayoritas penduduknya adalah pribumi dan bersuku Lampung. Kecamatan Belalau terdiri dari 10 desa yang penduduknya mayoritas adalah beragama Islam, dan bermatapencaharian sebagai petani. Hal ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut

**Tabel 3.1**

##### **Data Penduduk Kecamatan Belalau Menurut Agama**

NO	NAMA PEKON	LUAS WILAYAH Ha	NOMOR KODE PEKON	PENDUDUK				PENDUDUK MENURUT AGAMA			
				KK	LK	PR	JUMLAH	ISLAM	KRISTEN	KATOLIK	HINDU
1	KENALI	1215	18.04.06.2001	1232	1570	1249	2819	2810	4	0	3
2	KEJADIAN	600	18.04.06.2002	271	502	507	1009	1009	0	0	0
3	BUMIAGUNG	5662	18.04.06.2003	256	615	564	1179	1176	3	0	0
4	TURGAK	2552	18.04.06.2004	220	517	500	1017	1013	4	0	0
5	BEDUDU	2300	18.04.06.2005	504	871	770	1641	1641	0	0	0
6	SUKARAME	821	18.04.06.2006	265	596	582	1178	1176	2	0	0
7	HUJUNG	4325	18.04.06.2007	876	1925	1993	3918	3905	8	5	0
8	SERUNGKUK	500	18.04.06.2008	127	505	466	971	971	0	0	0
9	S MAKMUR	485	18.04.06.2009	602	986	678	1664	1658	6	0	0
10	PJR.AGUNG	2738	18.04.06.2010	126	737	635	1372	1372	0	0	0
JUMLAH		21198		4479	8824	7944	16768	16731	24	5	3

*Sumber : Data Kecamatan Belalau*

**Tabel 3.2****Data Penduduk Kecamatan Belalau Menurut Mata Pencapaian**

N O	NAMA PEKON	PENDUDUK		PENDUDUK MENURUT MATA PENCAPAIAN								
		AB RI	SWAS TA	PEDAG ANG	TA NI	PERTUKA NGAN	BUR UH TANI	PENSI UN	NELAY AN	PEMUL UNG	JAS A	JUML AH
1	KENALI	4	35	19	280	0	2	12	0	0	0	313
2	KEJADIAN	4	12	4	272	0	10	6	0	0	0	292
3	BUMI AGUNG	0	13	8	510	0	0	2	0	0	0	520
4	TURGAK	0	15	3	317	0	0	2	0	0	0	322
5	BEDUDU SUKARAME	0	23	15	639	0	0	1	0	0	0	655
6	HUJUNG	0	6	2	448	0	0	2	0	0	0	452
7	SERUNG KUK	9	15	24	547	0	136	9	0	0	0	716
8	S MAKMU R	0	0	64	2049	0	2	0	0	0	0	2115
9	PJR.AGUN G	0	5	0	255	0	0	0	0	0	0	255
10	JUMLAH	17	124	203	5581	0	152	36	0	0	0	5972

*Sumber : Data Kecamatan Belalau*

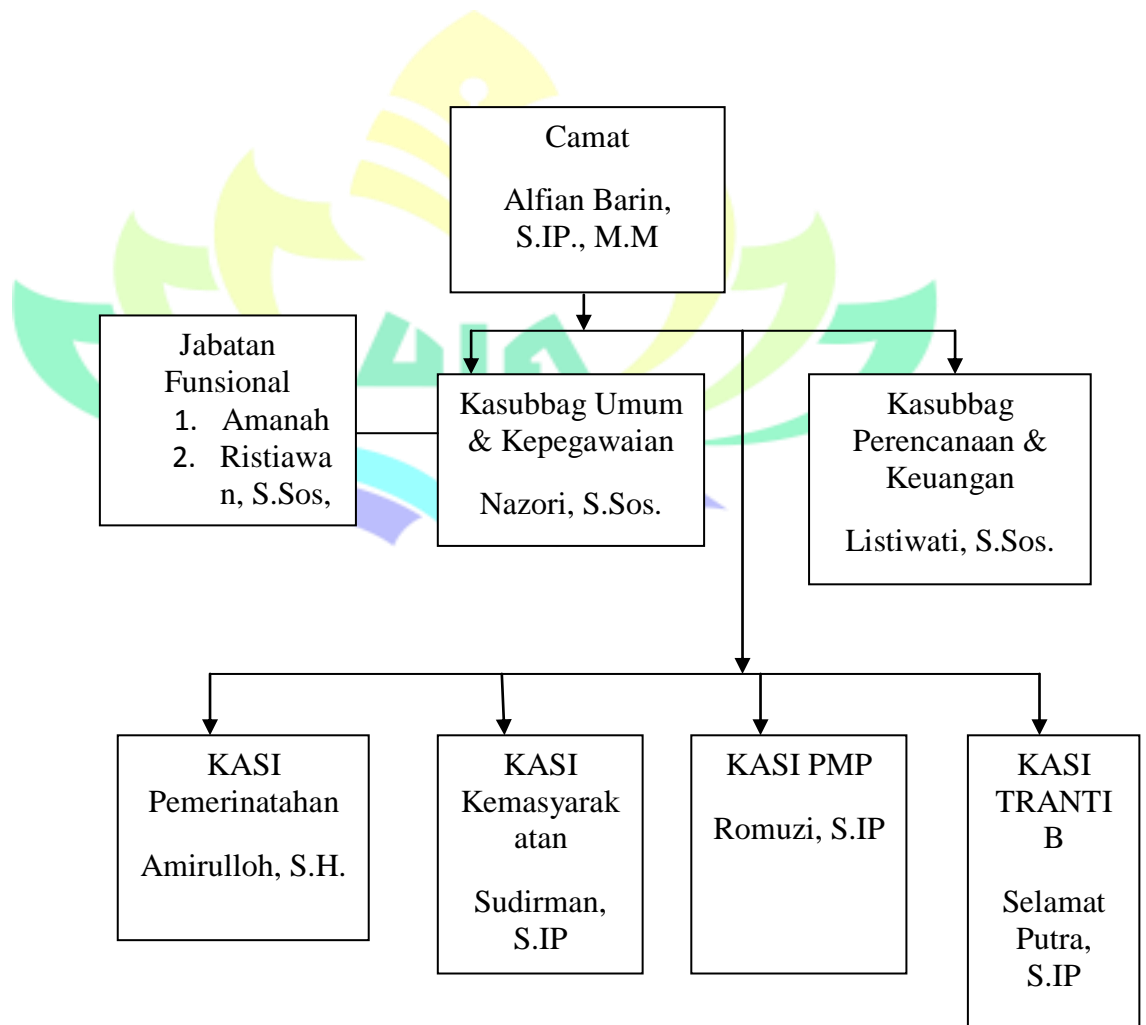
Data di atas dapat dijadikan pedoman untuk mengetahui jumlah penduduk berdasarkan mata pencapaian. Hal ini bisa dijadikan acuan untuk melihat jumlah pedagang di Kecamatan Belalau.

## 2. Pemerintahan Kecamatan Belalau

Kecamatan merupakan perangkat daerah kabupaten/Kota sebagai pelaksana teknis kewilayahan yang mempunyai wilayah kerja tertentu dan dipimpin oleh camat. Susunan Organisasi Kecamatan Lampung Barat terdiri dari :

**Gambar 3.1**

**STUKTUR ORGANISASI KECAMATAN BELALAU  
KABUPATEN LAMPUNG BARAT**



**B. Gambaran Umum Desa Kenali**

**1. Sejarah Singkat Desa Kenali**

Kenali adalah ibukota wilayah Kecamatan Belalau, Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung Indonesia. Pekon ini berada 20 kilometer dari Liwa, Ibukota kabupaten. Nama pekon kenali ini berasal

dari Kinali suatu wilayah yang berada di Sumatera Barat sekarang. Nama ini diberikan oleh Umpu Belunguh seorang penyebar Islam dari Semenanjung Arab yang pernah berdiam lama di Kinali.

Menurut kepala adat atau suntan desa Kenali ini merupakan asal usul dinamakannya Marga Buay Belunguh karena marga ini dipimpin oleh seorang pimpinan marga yaitu Mpu Belunguh dan keturunannya sampai tahun 1950. Kemudian dari tahun 1950 sampai sekarang dipimpin oleh Kepala Desa atau Peratin.<sup>95</sup> Susunan nama-nama yang pernah menjabat Peratin Desa Kenali hingga saat ini adalah sebagai berikut :

1. Hi. Amran, Menjabat dari tahun 1950 sampai dengan 1955.
2. Abdullah RK Menjabat dari tahun 1955 sampai dengan 1961
3. Ayub dari tahun 1961 sampai dengan 1967
4. Hi. Zaini dari tahun 1967 sampai dengan 1972
5. Habiburrahman dari tahun 1972 sampai dengan 1988
6. Tamzir Zefri dari tahun 1988 sampai dengan 2000
7. Mawardi dari tahun 2000 sampai dengan 2007
8. Rustam dari tahun 2007 sampai saat ini

---

<sup>95</sup> Sutriyani, *Profil Pekon Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat* (Kenali, 2016).

## **2. Letak Geografis Desa Kenali**

Letak geografis terdapat di desa Kenali, Kecamatan Belalau, Kabupaten Lmapung barat. Pada lintang utara desa Kenali berbatasan wilayah dengan desa serungkuk, lintang selatan berbatasan dengan desa Kejadian, lintang barat berbatasan dengan desa Bakhu dan Luas, lintang timur bebatasan dengan desa Bumi agung. Luas lahan desa Kenali dibagi menjadi dua bagian yaitu 72.5 Ha untuk luas fasilitas umum dan sosial 635,2 Ha untuk luas lahan yang diperuntukkan kepada masyarakat. Iklim yang terdapat di desa Kenali yaitu bulan basah terjadi pada bulan Oktober hingga April dan bulan kering terjadi pada bulan Mei hingga September. Selain itu sumber air yang terdapat di desa Kenali berasal dari PAM dan air tanah untuk keperluan keluarga dan berasal dari air sungai untuk keperluan petani.

## **C. Gambaran Umum Pasar Kenali**

### **1. Sejarah Singkat Pasar Kenali**

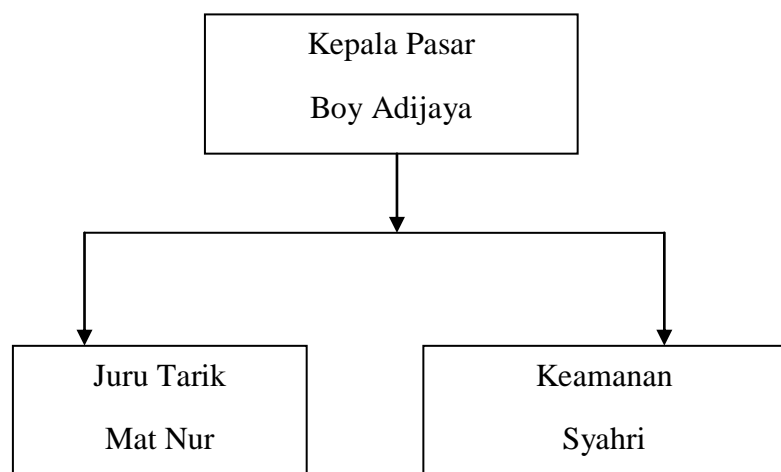
Pasar Kenali merupakan pasar tertua yang berada di Kecamatan Belalau karena letaknya yang berada di desa Kenali yang merupakan desa yang pertama berdiri di Kecamatan Belalau. Pada tahun 2017 Pemerintah Kabupaten Lampung Barat melalui Dinas Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) setempat merehab tiga pasar tradisonal termasuk Pasar Kenali guna menata pasar agar lebih representatif dan nyaman bagi pedagang maupun pengunjung dengan dibangunnya los dan kios baru.

## 2. Letak dan Luas Pasar

Pasar Kenali terletak di desa Kenali, Kecamatan Belalau, Kabupaten Lmapung Barat dengan laus pasar 1540 m<sup>2</sup>. Jumlah pedagang menurut jenis dagangan dibagi menjadi dua bagian yaitu pedagang hamparan dan pedagang los. Pedagang hamparan terdiri dari pedagang ayam sejumlah 10 orang, pedagang ikan sejumlah 8 orang, pedagang sayuran sejumlah 120 orang, pedagang sembako sejumlah 11 oerang, pedagang maianan anak-anak sejumlah 5 orang, sedangkan pedagang los terdiri dari pedagang kain sejumlah 43 orang, pedagag perabotan sejumlah 9 orang, pedagang sepatu dan sandal sejumlah 4 orang, pedagnag mie ayam dan bakso sejumlah 3 orang, kosmetik dan obat-oabtan sejumlah 7 orang.

**Gambar 3.2**

### **STRUKTUR ORGANISASI PASAR KENALI**





#### **D. Deskripsi Data Penelitian**

Berikut ini adalah wawancara peneliti dengan subyek penelitian, yakni para pedagang sebanyak dua puluh orang, antara lain :

##### **1. Ibu Rohima**

Beliau adalah salah seorang penjual ayam di pasar Kenali. Penulis melakukan wawancara dengan beliau pada hari Minggu, tanggal 1 Juli 2018 dan menemukan informasi bahwa beliau menjual ayam sesuai dengan yang diharapkan konsumen, beliau mengatakan “ ayam yang saya jual dipotong pada hari itu juga, apabila tidak habis terjual maka ayam tersebut ia jual secara langsung kepada pengusaha ayam geprek yang berada di kota Liwa dan keesokan harinya ia menjual ayam dengan memotongnya pada hari itu juga sehingga ayamnya segar”, dengan bersikpa demikian Ibu Rohima telah menyediakan ayam yang berkualitas bagi para pembeli. Ia menghadapi persaingan yang ada di pasar Kenali dengan sewajarnya, karena baginya rezeki sudah ada yang mengatur, yang perlu ia lakukan adalah memberikan yang terbaik dan memberi rasa nyaman.<sup>96</sup>

Ibu Rohima mengatakan bahwa tidak ada pedagang yang membanting harga atau menjatuhkan harga, karena semua pedagang menjual dengan mengikuti harga umum dan mengambil keuntungan 25% dari harga ayam asli. Sementara ini belum terdapat pembeli yang complain dengan masalah tempat karena sudah ada petugas yang membersihkan

---

<sup>96</sup> Rohima, wawancara dengan pedagang pasar Kenali, Kenali, 1 Juli 2018.

pasar. Memberikan pelayanan yang baik bagi Ibu Rohima adalah sesuatu yang jelas harus diterapkan karena sebagai penjual harus memberikan yang terbaik seperti dengan memberikan senyum yang ramah kepada pembeli, mengobrol, hingga memberikan candaan yang membuat pembeli nyaman dengan adanya pelayanan yang sedemikian rupa karena baginya pembeli adalah raja, dengan memberikan pelayanan semaksimal mungkin sehingga tidak ada kejadian pengembalian barang dari pembeli.

Menurut hasil wawancara, menyembunyikan cacat barang yang kita jual adalah salah satu faktor yang dapat merugikan penjual itu sendiri yaitu dengan mematikan pelanggan. Pembeli pun bebas untuk memilih ayam yang akan ia beli, tergantung dari si pembeli ingin membeli ayam yang masih hidup atau yang sudah dipotong karena timbangan dan harganya pun akan jauh berbeda. Beliau mengatakan bahwa mengambil keuntungan yang berlebihan sama saja menjual dengan harga yang mahal sehingga kembali lagi dapat mematikan pelanggan.<sup>97</sup>

## 2. Ibu Sugi

Ibu Sugi adalah salah seorang pedagang ikan yang berdagang di Pasar Kenali, peneliti melakukan wawancara pada hari Minggu, tanggal 1 Juli 2018. Menurut hasil penelitian ia mengatakan bahwa beliau telah menyediakan barang sesuai dengan harapan pembeli. Akan tetapi tidak jarang pembeli yang menjatuhkan penjual dengan berbagai macam pertanyaan, seperti apakah ikan yang dijual masih segar atau tidak. Beliau

---

<sup>97</sup> *Ibid*

menghadap persaingan yang ada di pasar tersebut dengan menambah lebih banyak jenis ikan yang ia jual dengan kualitas yang tidak kalah baik. Ibu Sugi mengatakan bahwa terdapat pedagang yang membanting atau menjatuhkan harga dan itu sudah pasti karena terkadang terdapat rasa kecemburuan sosial terhadap yang memiliki banyak pelanggan, kemudian beliau menetapkan harga dengan mengikuti harga pasar apabila terdapat banyak pembeli, dan ia terkadang menaikkan harga dari harga biasa ketika pelanggannya berkurang. Dari segi tempat berjualan menurutnya sudah layak.<sup>98</sup>

Beliau mengatakan bahwa selalu memberikan pelayanan yang baik selagi pembeli itu sabar, karena terkadang ada pembeli yang tidak sabar dan membuat penjual emosi. Sejauh ini tidak ada yang melakukan pengembalian atas apa yang telah dibeli oleh pembeli. Ia mengatakan “saya menjual kembali ikan yang tidak habis terjual kemarin, kemudian saya campur dengan ikan yang segar karena menurut saya ikan yang tidak habis terjual kemarin masih layak untuk dijual kembali”, hal ini menunjukkan sikap yang tidak jujur kepada pembeli, seharusnya beliau memisahkan antara ikan segar dengan ikan yang tidak habis terjual pada hari sebelumnya. Ibu Sui memberikan kebebasan kepada pembeli untuk memilih jenis ikan yang akan dibeli. Mengenai informasi yang ia berikan kepada pembeli tergantung kepada pembeli yang bertanya atau tidak,

---

<sup>98</sup> Sugi, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 1 Juli 2018.

kemudian beliau menjual ikan sesuai dengan harga pasaran dan tidak mengambil keuntungan secara berlebihan.<sup>99</sup>

### 3. Ibu Desi

Ibu Desi merupakan salah seorang pedagang sayuran yang terdapat di pasar Kenali, penulis melakukan wawancara pada hari Minggu, tanggal 1 Juli 2018. Beliau telah menyediakan barang sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pembeli dan tentunya lebih segar untuk menghadapi persaingan yang ada di Pasar Kenali. Ia mengatakan bahwa jarang terdapat penjual yang membanting ataupun menjatuhkan harga, walaupun penjual sayuran menjatuhkan harga akan percuma karena jenis barang dagangan yang diperjualbelikan bersifat homogen, akan tetapi semuanya tergantung kepada pembeli karena dominan memilih sayuran yang segar. Ibu Rohima pun menyesuaikan harga dengan penjual yang lain. Untuk tempat penjualan sudah layak dan beliau pun sudah memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli.

Menurut hasil wawancara Ibu Desi mengatakan bahwa jarang yang melakukan pengembalian barang yang telah dibeli, beliau juga mengatakan bahwa tidak mungkin baginya untuk menyembunyikan cacat barang. Hal ini dapat terlihat dari hasil wawancara beliau mengatakan “sayuran yang saya jual tidak dikemas ke dalam kantong plastic, kecuali jika saya menjual sayuran sudah dalam kemasan mungkin saja saya menyembunyikan kecacatan barang, mislanya pada bagian luar sayuran

---

<sup>99</sup> *Ibid.*

terlihat segar tetapi di dalamnya tidak”. Sangat lazim baginya jika pedagang memberikan kebebasan kepada pembeli untuk memilih barang dagangan. Ibu desi jarang memberikan informasi kepada pembeli, karena baginya semua sudah terlihat pada barang dagangan tersebut. Memberikan harga pada barang dagangan sesuai dengan harga umum yang dilakukan oleh penjual lainnya dan mengambil keuntungan sewajarnya saja.<sup>100</sup>

#### 4. Ibu Rosnilam

Beliau adalah salah seorang pedagang sembako yang ada di Pasar Kenali. Penulis melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 1 Juli 2018. Menurut hasil wawancara Ibu Rosnilam mengatakan bahwa ia telah menyediakan barang yang berkualitas sesuai harapan pembeli, persaingan yang ada di pasar tersebut pun ketat karena semua penjual menunjukkan kualitas produk yang baik. Tidak jarang juga terdapat penjual yang memiliki kecemburuan sosial karena untuk melengkapkan barang dagangan membutuhkan modal yang besar dan tentu saja terdapat penjual yang modalnya terbatas.

Ibu Rosnilam mengatakan bahwa otomatis terdapat penjual yang melakukan pebantingan harga, ia mengatakan “setiap pedagang sembako membeli barang dagangannya dengan berbeda pemasok, mengambil barang langsung dari pengecer akan lebih murah dibandingkan membeli stock barang di warung-warung besar dan itu pun akan sangat mempengaruhi harga”. Beliau menetapkan harga sesuai dengan harga

---

<sup>100</sup> Desi, wawancraa dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 1 Juli 2018.

pasar dan menyesuaikan dengan melihat berasal darimana barang dagangan tersebut dibeli, kemudian baginya membating harga bukan untuk terlihat laris tetapi tergantung kita memasok barang darimana.

Tempat beliau berdagang pun sudah dapat dikatakan layak dan menarik kosumen dengan memberikan pelayanan yang baik karena baginya pembeli adalah raja sehingga harus memberikan pelayanan yang terbaik. Ibu Rosnilam menjelaskan bahwa pembeli boleh mengambil barang dan menukar dengan barang lain. Ia tidak menyembunyikan cacat barang yang ia jual, misalkan terdapat 1 pack makanan ringan dan setelah dibuka terdapat 2 bungkus yang tidak layak untuk dijual maka ia akan menyingkirkannya dan tidak menjual barang tersebut. Pembeli diberi kebebasan untuk memilih barang dan memberikan informadi yang jelas kepada pembeli agar tidak kecewa. Selain itu ibu Rosnilam mengatakan harus mentapkan harga sesuai dengan harga pasaran dan tidak mengambil keutungan secara berlebihan, baginya lebih baik untung sedikit asalkan usahanya berjalan lancar.<sup>101</sup>

##### 5. Bapak Toni

Beliau adalah salah seorang penjual perabotan yang ada di Pasar Kenali, peneliti melakukan wawancara pada hari Minggu, tanggal 8 Juli 2018, ia telah menjual barang sesuai dengan yang diharapkan konsumen dan menghadapi persaingan lebih kepada cara mempromosikan barang dan segi pelayanan. Di pasar tersebut terdapat pedagang perabotan yang

---

<sup>101</sup> Rosnilam, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 1 Juli 2018.

membanting harga, ia mengatakan “ada pedagang perabotan yang lain yang membanting harga terlebih ketika barang sedikit lagi agar cepat habis, dan menurut saya ini adalah hal yang wajar”. Beliau menetapkan harga sesuai dengan harga pasaran dan dengan tempat berdagang yang layak. Memberikan pelayanan yang baik adalah suatu keharusan karena baginya pembeli adalah raja. Apabila terdapat pembeli yang melakukan pengembalian barang atas barang yang tidak sesuai ia menyikapinya dengan membolehkan pembeli mengambil barang dan mengembalikan uang separuh dari harga asli barang tersebut juga barang tukar dengan barang asalkan tidak ada cacat atau pun yang kurang dari barang tersebut.

Bapak Toni tidak menyembunyikan barang dagangan yang ia jual sebab pembeli telah diberi kebebasan untuk memeriksa terlebih barang yang akan dibelinya, pembeli diberi kebebasan untuk memilih barang asalkan tidak melakukan tindak kecurangan. Selain itu beliau pun memberikan informasi yang jelas mengenai harga dan kualitas barang yang ia jual dan memberikan harga sesuai dengan harga pasaran serta tidak melakukan pengambilan keuntungan secara berlebihan karena sama saja melakukan sesuatu yang dilarang yaitu praktik riba.<sup>102</sup>

#### 6. Ibu Yunita

Ibu Yunita adalah penjual kosmetik dan obat-obatan yang ada di Pasar Kenali, peneliti melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 8

---

<sup>102</sup> Toni, wawancara dengan pedagang di Pasar Kenali, Kenali, 8 Juli 2018.

Juli 2018 Ia mengatakan “saya telah menyediakan barang dagangan yang dibutuhkan oleh pembeli dan pedagang pun bersaing secara sehat dengan menyediakan barang yang berkualitas”. Akan tetapi masih terdapat pedagang yang melakukan banting harga hingga menjatuhkan harga, hal ini terlihat pada hasil wawancara ia mengatakan “terdapat pedagang yang mengatakan bahwa barang dagangan saya merupakan barang palsu dengan harga yang mahal pula, sedangkan pedagang tersebut menjual dengan harga murah dan kualitas ori padahal saya dan pedagang tersebut mengambil barang dari pemasok yang sama” hal ini jelas tidak diperbolehkan karena merupakan salah satu strategi persaingan yang tidak sehat dengan menjelek-jelekkan pedagang lain. Ibu Yunita memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli yang didukung dengan tempat yang layak pula.

Beliau mengatakan bahwa barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan lagi karena barang yang ia jual terdapat segel, ia tidak pernah menyembunyikan cacat pada barang karena apabila terdapat kerugian pada pembeli otomatis akan merugikan dirinya dan pembeli dan membutuhkan pertanggungjawaban dari penjual. Ibu Yunita menetapkan harga sesuai dengan harag pasaran san tidak mengambil keuntungan secara berlebihan, sewajarnya saja.<sup>103</sup>

---

<sup>103</sup> Yunita, wawancara dengan oedagang di pasar Kenali, Knelai 8 Juli 2018.



## 7. Ibu Marhanah

Beliau adalah salah seorang pedagang kain yang terdapat di Pasar Kenali, penulis melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 15 Juli 2018. Ia telah menyediakan barang sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli dan menghadapi persaingan dengan penjual yang lain secara sehat dengan mengambil untung sedikit asalkan usaha yang ia jalankan berjalan dengan lancar. Terdapat banyak pedagang yang melakukan banting harga, ia mengatakan “terdapat pedagang yang menjual barang dengan kualitas dibawah barang dagangannya tetapi mengaku sama dan menjual dengan harga yang murah”. Beliau mengatakan bahwa memang barang yang ia jual mahal tetapi memang sesuai dengan kualitas barang yang baik pula.<sup>104</sup>

Ibu Marhanah menjelaskan bahwa tempat ia berdagang sudah layak dan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pembeli. Pembeli diperbolehkan untuk mengembalikan barang yang telah ia beli dengan catatan menukar dengan barang yang lain yang telah disesuaikan pada perjanjian di awal, beliau tidak menyembunyikan cacat pada barang karena ketika barang sampai dari pemasok dan terdapat kecacatan barang tidak akan dipajang dan menjadi risiko baginya hingga menjadi konsumsi pribadi. Pembeli bebas untuk melakukan pemilihan barang dengan memberikan informasi yang jelas kepada pembeli dengan tingkat harga

---

<sup>104</sup> Marhanah, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali 8 Juli 2018.

dan kualitas barang yang berbeda-beda. Ia mengambil keuntungan sewajarnya dan menyesuaikan modal serta kualitas barang.<sup>105</sup>

8. Ibu Ma'ni

Beliau adalah salah seorang pedagang mie ayam dan bakso yang berada di Pasar Kenali, peneliti melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 15 Juli 2018. Berdasarkan hasil wawancara, Ibu Ma'ni telah menyediakan barang dagangan sesuai dengan yang diharapkan konsumen sehingga semua pelanggannya merasa puas. Untuk menghadapi persaingan dengan pedagang lain beliau mengatakan “dalam menjalankan usaha ini saya selalu memperhatikan tiga poin yaitu tempat yang nyaman dan mudah dijangkau oleh pembeli, porsi dan harga sesuai dengan harga umum, serta cita rasa yang menjadi poin paling penting”, dengan bersikap demikian, sudah wajar jika Ibu Ma'ni memiliki banyak pelanggan.

Selama ini belum ada pedagang yang lain yang melakukan pembantingan harga, beliau menetapkan harga mie ayam dan bakso dengan cara menyesuaikan dengan harga bahan baku. Tempat berdagang yang ia tempati sekarang sudah laya, beliau memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli karena merupakan salah satu strategi untuk menarik pelanggan yang dilengkapi dengan kebersihan dan penyajian yang memuaskan. Ibu Ma'ni mengatakan “beberapa waktu yang lalu, beliau mengaku pernah menggunakan formalin untuk bakso yang ia jual untuk merogoh keuntungan tetapi secara pribadi mengurangi omset penjualan

---

<sup>105</sup> *Ibid.*

dan merugikan pribadinya sendiri karena banyak pelanggan yang complain”. Sikap yang demikian menunjukkan bahwa Ibu Ma’ni telah menjalankan prinsip kejujuran dalam berdagang dengan mengaku bahwa ia pernah melakukan hal yang menyimpang, dan sekarang beliau sudah meninggalkan perilaku menyimpang tersebut karena dampak yang besar sangat dirasakannya dan kembali ke jalan yang benar.<sup>106</sup>

#### 9. Bapak Purwanto

Beliau adalah salah seorang pedagang sepatu dan sandal yang berada di Pasar Kenali, peneliti melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 15 Juli 2018. Berdasarkan hasil wawancara, Bapak Purwanto sudah menyediakan barang sesuai dengan yang diharapkan pembeli. Beliau mengatakan “saya menghadapi persaingan dengan pedagang lain dengan menunjukkan barang yang berkualitas dari berbagai tingkatan agar pembeli dapat memilih barang sesuai keinginannya”, hal ini memudahkan pembeli untuk memilih barang yang sesuai dengan keinginannya, karena terdapat masyarakat yang memiliki tingkat ekonomi menengah ke bawah dan menengah ke atas.. Terdapat pedagang yang melakukan pembantingan harga demi menghasilkan keuntungan meskipun kita tidak tahu kualitas dari barang tersebut. Tempat ia berdagang pun sudah layak dan memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli. Apabila terdapat pembeli yang mengembalikan sepatu atau sandal yang tidak sesuai, beliau bersedia untuk menukar barang dengan barang, hal ini terlihat pada hasil

---

<sup>106</sup> Ma’ni, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 8 Juli 2018.

wawancara beliau mengatakan “saya memperbolehkan pembeli mengembalikan barang yang tidak sesuai yang telah dibelinya dengan cara menukar dengan barang yang lain dan dengan syarat barang yang pembeli kembalikan tersebut masih dalam keadaan bagus dan belum ada yang rusak”.

Bapak Purwanto tidak menyembunyikan cacat barang tas barang yang ia jual, kecuali ada yang terselip ketika ia lupa memeriksa barang yang sampai dari pemasok karena terkadang badan terasa capek dan ia mengambil secara grosir. Pembeli bebas untuk memilih barang yang akan dibelinya dengan memberikan informasi yang jelas mengenai barang tersebut kepada pembeli. Beliau mengatakan bahwa semua pembeli pasti mengharapkan mendapat keuntungan yang maksimal, namun baginya menjual barang dengan harga yang standar asalkan lancar.<sup>107</sup>

#### 10. Bapak Ridho

Beliau adalah salah seorang pedagang mainan yang terdapat di Pasar Kenali, peneliti melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 15 Juli 2018. Berdasarkan hasil wawancara, beliau mengatakan bahwa telah menyediakan barang mainan sesuai yang diharapkan oleh anak-anak, lengkap untuk anak-anak lelaki dan perempuan. Beliau menghadapi persaingan dengan menyediakan barang yang lebih bagus dan menarik dibandingkan dengan pedagang mainan yang lain.

---

<sup>107</sup> Purwanto, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 15 Juli 2018.

Terdapat pedagang yang menjual barang bagus dengan harga yang murah agar ramai pembeli, dalam menetapkan harga ia tidak mengambil untung yang banyak, harganya pun sesuai dengan isi kantong pembeli. Untuk tempat, beliau mengatakan bahwa telah layak. Beliau mengatakan “memberikan pelayanan yang baik adalah sesuatu yang harus dilakukan untuk menarik pembeli dan harus sedia modal untuk satu barang yang menjadi uji coba bagi anak-anak yang ingin membeli barang dagangannya”. Pelayanan yang baik dapat tercermin dari sikap yang ramah kepada pembeli, tidak mengeluarkan kata-kata yang kasar yang dapat menyakiti hati pembeli.

Bapak mengatakan, untuk pengembalian barang akan disesuaikan dengan perjanjian yang ada di awal transaksi karena ia pun mengambil barang dari pemasok masih dalam keadaan segel. Beliau mengambil barang dari pemasok sehingga apabila ada kecacatan barang maka akan disimpan dan tidak dipajang dan kembali menyesuaikan perjanjian awal dengan pemasok mengenai cacat barang tersebut. Pembeli bebas untuk memilih barang yang akan ia beli dengan memberikan informasi yang jelas kepada pembeli mengenai cara penggunaan mainan tersebut dan lain sebagainya. Ia menetapkan harga sesuai dengan harga pasaran dan tidak mengambil keuntungan secara berlebihan.<sup>108</sup>

---

<sup>108</sup> Ridho, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 15 Juli 2018.

## 11. Ibu Rahayu

Beliau adalah seorang penjual sepatu di pasar Kenali. Penulis melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 18 November 2018 dan menemukan informasi bahwa beliau menjual sepatu sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli. Adapun kondisi persaingan dari segi barang dagangan ialah antar para pedagang saling adu kelengkapan barang, seperti antar pedagang saling adu nomor dan model barang. Selanjutnya, kondisi persaingan dari segi harga ialah saling menjatuhkan. Namun, kondisi persaingan dari segi pelayanan tidak terlalu banyak persaingan. Selain itu, beliau juga bersaing dengan barang pengganti yang dimiliki pedagang lain yaitu dengan cara pandai-pandai mencari atau membeli barang yang harganya lebih rendah dari pesaingnya.

Beliau juga mengatakan yang sebenarnya jika barangnya ada yang cacat atau rusak dan apabila ada pembeli yang komplain dengan barang dagangannya karena terdapat cacat pada barang tersebut, maka beliau menggantinya dengan barang yang baik kualitasnya. Dalam menetapkan harga, beliau mencari untung yang wajar-wajar saja, tidak terlalu kemahalan. Jika ada pembeli yang merasa kurang cocok dengan barang yang dimilikinya, maka diganti dengan barang yang lebih baik agar pembeli tidak kecewa dengan pelayanan yang diberikan. Dalam hal melayani pembeli, beliau melayaninya dengan ramah tamah, sopan santun, kata-kata yang halus yang bisa mengikat hati pembeli.<sup>109</sup>

---

<sup>109</sup> Rahayu, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 18 November 2018.

## 12. Bapak Damri

Beliau adalah seorang penjual kain di pasar Kenali. Penulis melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 18 November 2018 dan menemukan informasi bahwa beliau menjual pakaian sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli. Kondisi persaingan usaha yang terjadi antar pedagang di Pasar Kenali ialah persaingan usaha semakin ketat, karena banyaknya para pedagang baru yang berjualan di Pasar Kenali ini. Selain itu, antar para pedagang saling banting harga. Beliau bersaing dengan barang pengganti yang dimiliki pedagang lain yaitu dengan mengambil barang dari pusatnya agar dari segi harga dapat bersaing. Adapun kondisi persaingan dari segi barang dagangan ialah saling adu kualitas dan kelengkapan barang. Kemudian, kondisi persaingan dari segi harga yakni antar para pedagang saling banting harga. Selanjutnya, kondisi persaingan dari segi pelayanan tidak terlalu ketat.

Beliau juga mengatakan yang sebenarnya jika barangnya ada yang cacat atau rusak dan nanti harganya didiskon. Dalam menetapkan harga, beliau mencari untung yang wajar-wajar saja, tidak terlalu kemahalan karena bagi beliau mencari untung yang terlalu banyak tidak dibenarkan dalam Islam. Selain itu, bila ada pelanggan dan pembeli yang datang ke tempat ia berjualan, beliau melayani yang datang terlebih dulu. Jika ada pembeli yang merasa kurang cocok dengan barang yang dimilikinya, maka beliau mencari kepada teman pedagang lain yang barangnya disukai oleh

pembeli. Dalam hal melayani pembeli, beliau melayaninya dengan ramah, sabar, supaya pembeli mau membeli barangnya.<sup>110</sup>

### 13. Ibu Fatma

Beliau adalah seorang penjual mainan anak-anak di pasar Kenali. Penulis melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 18 November 2018 dan menemukan informasi bahwa beliau menjual mainan anak-anak sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli. Kondisi persaingan usaha yang terjadi antar pedagang di Pasar Kenali ialah persaingannya semakin ketat, karena banyaknya para pedagang baru yang berjualan di Pasar Kenali ini. Selain itu, antar para pedagang saling banting harga. Walaupun persaingannya semakin ketat, tapi beliau yakin kalau rezeki tidak kemana. Apabila ada pembeli datang untuk membeli berarti rezeki kita. Selain itu, beliau juga bersaing dengan barang pengganti yang dimiliki pedagang lain yaitu menjual barang tiruan tapi dengan kualitas hampir sama dengan yang asli. Adapun kondisi persaingan dari segi produk (barang dagangan) semakin sengit. Beliau harus mengikuti model mainan yang digemari oleh anak-anak agar tidak lari ke pedagang lain. Kondisi persaingan dari segi harga ialah saling banting harga antar para pedagang. Selanjutnya, persaingan dari segi pelayanan tidak begitu besar persaingannya.

Apabila ada pembeli yang komplain dengan barang dagangannya karena terdapat cacat pada barang tersebut, maka pembeli boleh mengembalikannya. Dalam memberikan harga kepada pembeli, menurut

---

<sup>110</sup> Damri, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 18 November 2018.



beliau sebagian pedagang ada yang sistem tawarnya dikurangi sedikit dari pedagang lain dan juga dalam menetapkan harga, beliau menjual dengan harga murah agar banyak pelanggan. Dalam hal melayani pembeli, beliau melayaninya dengan ramah dan sopan agar pembelinya senang.<sup>111</sup>

#### 14. Ibu Hartati

Beliau adalah seorang penjual ayam di pasar Kenali. Penulis melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 18 November 2018 dan menemukan informasi bahwa beliau menjual ayam sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli. Menurut beliau, menghadapi persaingan yang ada di Pasar Kenali ini yaitu dengan menyediakan barang dagangan dengan kualitas yang baik karena dengan kualitas barang yang baik maka akan menghasilkan harga jual yang tinggi, dan begitu juga sebaliknya. Beliau menjual ayam dengan kualitas yang baik dan segar sehingga menjadi daya tarik sendiri untuk pembeli mampir di tempat ia berdagang. Menghadapi persaingan yang ada di pasar, beliau memasang tarif harga yang sedikit miring dari pedagang lain karena kebanyakan dari pedagang ayam yang terdapat di Pasar Kenali melakukan hal yang sama. Beliau memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli karena baginya pelayanan juga memberikan pengaruh pada pembeli untuk tertarik membeli. Beliau mengatakan bahwa dalam memberikan pelayanan yang

---

<sup>111</sup> Fatma, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 18 November 2018.

baik membutuhkan kerja keras dan komunikasi yang baik dengan konsumen.<sup>112</sup>

#### 15. Bapak Yono

Beliau adalah seorang penjual ikan di pasar Kenali. Penulis melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 18 November 2018 dan menemukan informasi bahwa beliau menjual ikan sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli. Menghadapi persaingan yang ada di pasar, beliau menyediakan segala jenis ikan dengan kualitas baik sehingga pembeli bisa memilih jenis ikan apa yang akan dibeli. Selain itu, beliau juga memberikan pelayanan yang baik serta tidak menyembunyikan cacat yang ada pada barang yang ia jual kepada pembeli sehingga pembeli merasa puas. Akan tetapi tak jarang ditemui pedagang ikan yang membanting harga untuk menghadapi persaingan. Sejauh ini tidak ada pembeli yang mengembalikan ikan yang tidak sesuai karena ia telah menyediakan ikan yang sesuai dengan keinginan pembeli. Beliau mengatakan bahwa mengambil keuntungan sewajarnya saja yang penting pelanggannya tidak lari ke pedagang lain dan usahanya tetap berjalan lancar.<sup>113</sup>

#### 16. Ibu Mina

Beliau adalah seorang penjual sayuran di pasar Kenali. Penulis melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 18 November 2018 dan menemukan informasi bahwa beliau menjual sayuran sesuai dengan yang

---

<sup>112</sup> Hartati, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 18 November 2018.

<sup>113</sup> Yono, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 18 November 2018.

diharapkan oleh pembeli. Kondisi persaingan usaha yang terjadi antar pedagang di Pasar Kenali ialah persaingannya semakin ketat, karena banyaknya para pedagang baru yang berjualan di pasar ini. Selain itu, antar para pedagang saling banting harga. Adapun tawar menawar dengan pembeli biasanya pembeli sekali menawar belum dapat lalu ditinggal pergi dan membandingkan dengan harga dari pedagang lain. Selain itu, beliau juga bersaing dengan barang pengganti yang dimiliki pedagang lain yaitu dengan memproduksi barang yang serupa agar bisa bersaing dengan pedagang lain.

Selanjutnya, persaingan dari segi pelayanan ialah tidak begitu besar persaingannya. Beliau mengatakan “sekarang ini para pedagang saling menjatuhkan harga, kalau dulu lebih mudah memperoleh keuntungan yang besar, karena jumlah pedagangnya tidak sebanyak sekarang. Sejauh ini saya tidak pernah menerima pengembalian barang dari pembeli” . Dalam menetapkan harga, beliau menjual dengan harga yang agak lebih murah agar banyak pelanggan. Dalam hal melayani pembeli, beliau melayaninya dengan ramah dan sopan agar pembelinya senang.<sup>114</sup>

#### 17. Bapak Mantori

Beliau adalah seorang penjual kelontongan di pasar Kenali. Penulis melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 18 November 2018 dan menemukan informasi bahwa beliau menjual kelontongan sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli. Dalam menghadapi persaingan beliau

---

<sup>114</sup> Mina, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 18 November 2018.

mengatakan bahwa pedagang harus menjual barang dengan kualitas yang baik dan menyediakan barang yang komplit sehingga pembeli merasa puas. Bentuk persaingan harga pedagang kelontongan yang ada di Pasar Kenali ini cukup ketat karna tak jarang memberikan harga yang miring untuk menarik simpati pembeli. Beliau mengatakan “disini saya tidak memasang tarif harga yang terlalu tinggi sehingga pelanggan saya tidak kapok berbelanja disini”. Memberikan pelayanan yang baik merupakan suatu hal yang sangat penting dimiliki oleh pedagang sehingga dengan adanya komunikasi yang baik dengan pembeli maka akan menarik pembeli untuk membeli barang dagangannya.<sup>115</sup>

#### 18. Ibu Susi

Beliau adalah seorang penjual perabotan di pasar Kenali. Penulis melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 18 November 2018 dan menemukan informasi bahwa beliau menjual sepatu sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli. Beliau juga bersaing dengan barang pengganti yang dimiliki pedagang lain yaitu menjual barang tiruan tapi dengan kualitas hampir sama dengan yang asli. Kondisi persaingan usaha dari segi produk (barang dagangan) menurut beliau adalah para pedagang yang berjualan di Pasar Kenali kebanyakan mempunyai barang-barang yang bagus, modelnya terkini, barangnya lengkap, jadi beliau harus mengimbangi mereka. Adapun kondisi persaingan dari segi harga ialah saling menjauhkan satu sama lain. Selanjutnya, kondisi persaingan dari

---

<sup>115</sup> Mantori, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 18 November 2018.

segi pelayanan ialah para pedagang saling menarik simpati pembeli. Beliau juga mengatakan yang sebenarnya jika barangnya ada yang cacat atau rusak. Apabila ada pembeli yang komplain dengan barang dagangannya karena terdapat cacat pada barang tersebut, maka pembeli boleh mengembalikannya.

Menurut beliau sebagian pedagang ada yang menjual dengan harga yang tinggi agar memperoleh keuntungan yang berlipat juga namun dalam menetapkan harga, beliau menjualnya semurah mungkin, supaya pembeli tidak ke pedagang lain. Jika ada pembeli yang merasa kurang cocok dengan barang yang dimilikinya, maka mengambilkan barang yang sesuai dengan keinginan pembeli. Apabila pembeli tidak menginginkan barang-barang yang dimilikinya, uangnya akan dikembalikan. Dalam hal melayani pembeli, beliau melayaninya dengan ramah dan sopan.<sup>116</sup>

#### 19. Bapak Abdi

Beliau adalah seorang penjual mie ayam dan bakso di pasar Kenali. Penulis melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 18 November 2018 dan menemukan informasi bahwa beliau menjual sepatu sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli. Adapun kondisi persaingan dari segi produk tidak begitu tinggi. Beliau harus mengikuti selera pembeli agar tidak ke pedagang lain. Kondisi persaingan dari segi harga ialah tidak ada banting harga antar pedagang. Selanjutnya, persaingan dari segi pelayanan ialah tidak begitu besar peraingannya. Dalam menetapkan

---

<sup>116</sup> Susii, wawancara dengan pedsgang di pasar Kenali, Kenali, 18 November 2018.

harga, para pedagang tidak ada intervensi dalam menetapkan harga dagangannya dan juga dalam menetapkan harga beliau menjual dengan harga murah agar banyak pelanggan. Selain itu, bila ada pelanggan dan pembeli yang datang ke tempat ia berdagang maka beliau melayani pembeli dengan ramah dan sopan agar pembelinya senang. Beliau juga tidak ada paksaan dalam melayani pembeli.<sup>117</sup>

20. Bapak Rasyid

Beliau adalah seorang penjual kosmetik dan obat-obatan di pasar Kenali. Penulis melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 18 November 2018 dan menemukan informasi bahwa beliau menjual berbagai macam kosmetik dan obat-obatan sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli. Kondisi persaingan usaha yang terjadi antar pedagang di Pasar Kenali ialah semakin ketat, karena sekarang banyak penjual yang berjualan disini. Pembeli biasanya menawar harganya sedikit-sedikit, selain itu beliau juga bersaing dengan mengambil barang dari kota-kota besar agar bisa bersaing dengan barang-barang lain. Kondisi persaingan usaha dari segi produk menurut beliau adalah para pedagang yang berjualan di Pasar Kenali kebanyakan mempunyai barang-barang terkini dan lengkap, sehingga beliau harus mengimbangi mereka.

Adapun kondisi persaingan dari segi harga ialah saling menjauhkan satu sama lain untuk menjatuhkan pesaingnya. Selanjutnya, kondisi persaingan dari segi pelayanan ialah para pedagang saling menarik simpati

---

<sup>117</sup> Abdi, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 18 November 2018.

pembeli. Misalkan ada peristiwa antara dua pembeli dengan latar belakang yang berbeda yang sama-sama meminta kualitas barang yang bagus, namun stok yang tersedia yang satu kualitasnya bagus dan yang satu kualitasnya kurang bagus, maka yang beliau lakukan adalah meyakinkan kepada pembeli dan mengatakan kalau barangnya kualitasnya hampir sama dengan barang tersebut. Beliau juga mengatakan yang sebenarnya jika barangnya ada yang cacat atau rusak. Dalam memberikan harga kepada pembeli, menurut beliau sebagian pedagang ada yang menjualnya dengan harga yang tinggi agar memperoleh keuntungan yang berlipat. Jika ada pembeli yang merasa kurang cocok dengan barang yang dimilikinya, maka mengambilkan barang yang sesuai dengan keinginan pembeli. Dalam hal melayani pembeli, beliau melayaninya dengan ramah dan sopan.<sup>118</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara kepada pengelola pasar antara lain :

1. Bapak Boy Adijaya

Beliau merupakan Kepala Pasar Kenali, peneliti melakukan wawancara pada hari inggu tanggal 15 Juli 2018. Ia menjelaskan bahwa pasar tersebut adalah pasar tertua yang brrada di Kecamatan Belalau krena desa Kenali merupaka dea tertua pada kabupaten tersebut. Ia melihat persaingan yang ada di pasar tersebut antara sehat dan tidak sehat, ia mengatakan bahwa itu semua tergantung pada

---

<sup>118</sup> Rasyid, wawancara dengan pedsgang di pasar Kenali, Kenali, 18 November 2018.

pribadi masing-masing pedagang. Meskipun terdapat pedagang yang melakukan persaingan tidak sehat akan dapat diketahui ketika dilakukan pemeriksaan dari dinas terkait dengan mendatangi pasar dan melakukan pemeriksaan pada harga dan barang yang diperjualbelikan.<sup>119</sup>

Bapak Boy menjelaskan bahwa terdapat pedagang yang melakukan hal tidak wajar seperti menjual barang yang tidak berkualitas dengan mencampur barang yang kualitas rendah dan tinggi agar tidak ketara, juga terdapat pedagang yang melakukan kecurangan dalam takaran dan mengurangi jumlah. Selain itu terdapat kesenjangan dan kecemburuan sosial antara pedagang ketika terdapat pedagang yang barang dagangannya laku keras diminati oleh konsumen, padahal rezeki telah ada yang mengatur dan tidak akan tertukar dan semuanya kembali lagi kepada pribadi masing-masing. Pedagang telah memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli meskipun terdapat pedagang yang tidak memperbolehkan adanya pengembalian barang dari pembeli. Beliau mengatakan bahwa pedagang di pasar tersebut sebagian telah menjalankan prinsip etika bisnis Islam dalam berdagang dan sebagian tidak karena tidak jarang pedagang yang telah mengetahui etika bisnis yang baik tetapi tidak menjalankannya.

---

<sup>119</sup> Boy Adi Jaya, wawancara dengan Kepala Pasar Kenali, Kenali, 15 Juli 2018.



Pedagang wajib untuk membayar pajak meskipun untuk tidak maksimal.<sup>120</sup>

## 2. Bapak Syahri

Beliau adalah petugas keamanan yang berada di Pasar Kenali, peneliti melakukan wawancara pada hari Minggu tanggal 15 juli 2018. Menurut hasil wawancara ia mengatakn bahwa sejauh ini persiapan yang ada di pasar tersebut sehat dan sah-sah saja meskipun masih terdapat pedagang yang melakukan penyimpangan tetapi sejauh ini semua aman-aman saja karena setiap bulannya terdapat pihak dinas terkait yang melakukan pemeriksaan di pasar tersebut. Bapak syahri menjelaskan bahwa apabila terdapat pedagang nakal yang melakukan kecurangan akan merugikan diri mereka sendiri karena akan mengakibatkan larinya para pelanggan.

Sejauh ini ia melihat para pedagang saling tolong menolong seperti menukar uang dan mereka rukun-rukun saja tetapi tidak jarang pula terdapat pedagang yang menjelekkkan pedagang lain. Tentunya pedagang memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pembeli sebagai salah satu strategi dalam menangkan persaingan. Dalam kasus pengembalian barang, semuanya tergantung pada barang yang dijual dan menyesuaikan. Menurut Bapak Syahri 85% dari pedagang telah

---

<sup>120</sup> *Ibid.*

melaksanakan etika bisnis Islam dan melakukan tertib bayar pajak kepada salar pasar.<sup>121</sup>

### 3. Bapak Mat Nur

Beliau adalah salar pasar yang terdapat di Pasar Kenali, peneliti melakukan wawnacra pada hjari Minggu tanggal 15 juli 2018. Menurut hasil wawancara ia mengatakan bahwa persaingan di pasar tersebut data dikatakan 50% bersaing secara sehat dan sisanya bersaing secara tidak sehat, karena ia melihat tedapat pedagang yang yang mengaku bahwa barang yang ia jual berkualitas baik tetapi nyatanya tidak meskipun dalam ranah perdagangan sudah hal yang wajar bila pedagang melakukan berbagai macam cara untuk memperoleh keuntungan seperti mengurangi taaran dan menjual braang dengan cover yang bagus tetapi di dalamnya tidak begitu baik. Sudah pasti terdapat kecemburuan sosial antara pedagang meskipun telah sama-sama memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli, akant tetapi rezeki telah ada yang mengatur.

Tidak jarang pedagang yang tidak memperbolehkan adanya pengembalian barang karean tidak adanya perjanjian di awal. Bapak Mat Nur mengatakan bahwa pedagang yang terdapat di Pasar kenali tlah menjalankan etika bisnis Islam dalam berdagang karena menurutnya pedagang telah paham yang baik dan buruk. Tidak jarang pula ditemui pedagang yang mnngeluh dan mengelur-ngulur waktu

---

<sup>121</sup> Syahri, wawancara dengan keamanan pasar Kenali, Kenali, 15 Juli 2018.

ketika ditagih perihal pajak dengan alasan masih pagi dan belum laku terjual, akan tetapi mereka tetap tertib membayar meskipun demikian.<sup>122</sup>



---

<sup>122</sup> Mat Nur, wawancara dengan salar pasar Kenali, Kenali, 15 Juli 2018.

## **BAB IV**

### **ANALISIS PENELITIAN**

#### **A. Analisis Persaingan Usaha Antar Pedagang di Pasar Kenali**

Persaingan usaha merupakan rivalitas yang terjadi di antara para pelaku usaha untuk dapat memperoleh konsumen dengan menawarkan barang yang berkualitas baik dan dengan harga yang baik pula. Salah satunya adalah persaingan yang terdapat di pasar Kenali yang mencakup lima aspek sebagai berikut :

##### **1. Persaingan Produk**

Produk merupakan suatu objek yang dapat memberikan nilai manfaat pada konsumen, produk yang diperjualbelikan berupa barang dan jasa yang harus halal untuk dikonsumsi. Produk yang dijual harus memenuhi kriteria yang diharapkan oleh konsumen agar menghindari kekecewaan dengan menyediakan barang yang berkualitas. Dalam dunia perdagangan, persaingan harga merupakan hal yang wajar dan sudah umum dilakukan oleh para pedagang untuk memperoleh keuntungan. Pedagang yang terdapat di Pasar Kenali berlomba-lomba untuk memenangkan hati konsumen dengan menyediakan barang dagangan yang lengkap dengan berbagai kualitasnya. Meskipun demikian tidak jarang pedagang lain yang merasakan kecemburuan sosial karena melihat barang dagangan pedagang yang lain laku keras diserbu oleh pembeli tanpa menyadari bahwa ia seharusnya

menyandarkan aktivitas bisnisnya pada Allah semata yang telah mengatur rezeki masing-masing individu.

Tidak jarang ditemukan pedagang yang menjelek-jelekkan pedagang lain dengan alasan memiliki produk yang sama tetapi miliknya asli dan milik pedagang lain adalah barang palsu dengan memasang tarif harga yang sama dengan dirinya. Melihat yang terjadi demikian, pedagang tersebut tidak menjalankan prinsip etika bisnis yakni pemalsuan informasi dengan tidak menjalankan prinsip kejujuran dan kebajikan. Meyakini bahwa rezeki telah diatur oleh Allah semata yang tidak akan tertukar dengan individu yang lain maka akan menanamkan rasa yang dapat memicu kekuatan dan semangat bahwa apabila ia memperoleh keuntungan atas barang yang ia dagangkan merupakan campur tangan Allah dan selayaknya ia bersyukur atas apa yang ia peroleh dan sabar ketika barang dagangannya belum laku terjual.

Menghalalkan segala cara untuk menarik hati konsumen dengan melakukan penipuan terhadap barang yang ia jual maka akan menimbulkan kerugian bagi dirinya sendiri ketika rezeki yang ia peroleh tersebut tidak mendapatlah berkah dari Allah SWT. Seharusnya dengan melihat pedagang lain yang barang dagangannya laku terjual maka akan lebih termotivasi menyediakan barang dengan lebih lengkap dan tentunya dengan kualitas yang terjamin pula, sehingga tidak terdapat kecemburuan sosial ataupun merugikan pihak pembeli.

## 2. Persaingan Harga

Harga merupakan sesuatu yang sensitif dan menjadi hal yang sangat dipertimbangkan baik bagi para pedagang ataupun pembeli, tidak jarang pedagang melakukan banting harga atas barang yang ia jual terlebih lagi ketika melihat pedagang lain ramai diserbu oleh pembeli. Ramainya pembeli bukan semata-mata karena harga barang tersebut murah, tetapi memang kelengkapan dan kualitas dari barang tersebut terjamin. Dalam memnagnkan persaingan, harga produk harus kompetitif dan tidak diperkenankan menjatuhkan pesaing lainnya karena pasar yang baik adalah pasar yang melakuakn persiangan bebas dalam artian harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran.

Persaingan harga yang terdapat di Pasar Kenali merupakan hal yang sangat wajar bagi ara pedagang yang berada di pasar tersebut, seperti yang dikemukakan oleh bapak Toni, ia mnegatkan “ada peadgang perabotan lain yang melakukan banting harga terlebih ketika barang sedikit lagi agar cepat habis, dan menurut saya ini adalah hal yang wajar”, sehingga terdapat pula pedagang yang memberikan harga murah dengan tujuan menarik perhatian pembeli meskipun mayoritas dari pedagang tersebut mematok harga yang sama dengan pedagang lain. Seperti pada umumnya, harga barang dagangan yang terdapat di Pasar Kenali disesuaikan dengan permintaan dan penawaran. Dalam bertransaksi, para pedagang di pasar kenali tidak begitu mempermasalahkan harga, karena meskipun terdapat pedagang yang

membanting harga dan selagi pembeli bisa menerima maka transaksi akan tetap berlanjut dan tidak menimbulkan persaingan dengan pedagang lain meskipun tidak jarang pula terdapat pedagang yang merasakan kecemburuan sosial akan hal tersebut. Terdapat hukum permintaan, ketika barang banyak dan permintaan sedikit maka harga akan turun, dan begitu juga sebaliknya

### **3. Persaingan Tempat**

Tempat merupakan salah satu hal yang menjadi daya tarik bagi pembeli, seperti tempat yang bersih, sehat, nyaman, dan terhindar dari barang-barang haram. Hal ini terlihat dari hasil wawancara kepada salah satu pedagang mie ayam dan bakso yang terdapat di pasar Kenali, ia mengatakan “dalam menjalankan usahanya saya selalu memperhatikan tiga poin yaitu tempat yang nyaman dan mudah dijangkau oleh pembeli, porsi dan harga sesuai dengan harga umum, serta cita rasa yang menjadi poin paling penting”.<sup>123</sup> Keadaan persaingan di Pasar Kenali terkait tempat tidak begitu berlomba-lomba untuk mendapatkan tempat berdagang karena semua tempat yang ditempati oleh para pedagang sudah layak dan tempat berdagang pun dari minggu ke minggu memang ditempati oleh orang yang sama sehingga memudahkan pembeli untuk mencari tempat ia berbelanja langganannya seperti halnya dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga yaitu sembako dan kelontongan.

---

<sup>123</sup> Ma,ni, wawancara dengan pedagang di pasar Kenlai, Kenali, 8 Juli 2018.

#### 4. Persaingan Pelayanan

Pelayanan yang baik dan prima meruoakan seutau yang harus dilakukan oleh para pedangan dalam mempromosikan maupun dalam memerikan infromasimengenai barang dagangannya. Bapak toni mengatakan bahwa memberikan pelayanan yang baik adalah suatu keharusan karena baginya pembeli adalah raja.<sup>124</sup> Pedagang yang baik akan memberikan pelayanan yang baik pula kepada pembeli sesuai dengan syariat Islam yaitu ramah, jujur, tidak menyakit perasaan pembeli dengan melontarkan kata-kata dengan kata yang kasar, serta me,berika pelayanan dan informasi sebaik ungmin kepada pembeli. Para pedagang yang terdapat di Pasar kenali tekah memberikan pelayanan yang baim kepada pembeli, karena bagi mereka pembeli adaah raja yang haus diberikan informasi yang jelas serta pelayanan yang baik. Tidak jarang pula pedagang yang memberikan bonus kepada pembeli karena telah membeli barang dagangannya sebagai ucapan terimakasih.

Melihat keadaan di Pasar Kenali, pelayanan merupakan suatu hal yang wajib bagi para pedagang, karena dengan demikian maka tidak menutupo kemungkinan akan menarik hati pembeli dan puas dengan pelayanan yang baik tersebut. Para pdagang yang berada di pasar kenali berlomba-lomba untuk memangkan hati pembeli dengan

---

<sup>124</sup> Toni, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 8 Juli 2018.



berbagai macam strategi seperti tidak menunjukkan wajah yang cemberut dan berkata kasar yang akan menimbulkan rasa ketidaknyamanan di hati pembeli sehingga enggan untuk menayakan barang tersebut apalagi hingga membelinya.

## **5. Persaingan Purna Jual**

Purna jual merupakan suatu cara yang akan melanggengkan, akan tetapi hal ini akan terjadi sesuai dengan akad yang telah dilakukan sebelumnya. Seperti halnya para pedagang yang berada di Pasar Kenali tidak jarang pedagang yang memberikan toleransi pengembalian barang yang tidak sesuai dari pembeli dengan menukar barang tersebut dengan barang yang lain asalkan sesuai pada perjanjian di awal transaksi seperti kasus pembelian pakaian, perabotan dan lain-lain. Hal ini terlihat dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada Ibu Marhanah “pembeli diperbolehkan mengembalikan barang yang telah ia beli dengan catatan menukar dengan barang yang lain yang telah disesuaikan pada perjanjian di awal.”<sup>125</sup> Akan tetapi terdapat pedagang yang tidak memperbolehkan pengembalian barang dari pembeli karena pedagang tersebut menerapkan prinsip bahwa barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan lagi seperti yang dilakukan oleh ibu Yunita sebagai pedagang kosmetik dan obat-obatan, ia mengatakan “barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan lagi karena barang yang saya jual terdapat segel”. Dengan demikian salah

---

<sup>125</sup> Marhanah, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 8 Juli 2018.

satu strategi yang dapat menjamin berlangsungnya suatu usaha ada;ah  
degan memberikan layanan purna jual.

## **B. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Para Pedagang di Pasar Kenali Kecamatan Belalau**

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, etika untuk berbisnis secara baik dan fair dengan menegakkan hukum dan keadilan secara konsisten dan konsekuen setia pada prinsip-prinsip kebenaran, keadaban dan bermartabat. Dalam menjalankan usaha, pelaku usaha dituntut untuk menjalankan usahanya sesuai dengan etika bisnis dalam melakukan setiap kegiatan usahanya. Berikut adalah analisis persaingan usaha di pasar Kenali Kecamatan Belalau ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam :

### **1. Prinsip Tauhid**

Tauhid merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia termasuk kegiatan bisnis. Tauhid menyandarkan manusia sebagai makhluk ilahiyah, sosok makhluk yang berketuhanan. Kegiatan bisnis tidak terlepas dari pengawasan Allah dan dalam rangka melakanakan perintahnya. Prinsip tauhid yang ditunjukkan oleh Ibu Rohima dan beberapa pedagang lainnya, yaitu dengan menyerahkan semuanya kepada kehendak Allah, mereka yakin bahwa rezeki sudah ada yang mengatur dan tidak mungkin tertukar. Berangkat pagi ke pasar untuk mengais rezeki di jalan Allah sebagai jalan untuk memenuhi kebutuhan keluarganya.

Selain itu, pedagang yang cerdas adalah ia yang tidak melakukan penyimpangan dalam berdagang dengan mengikuti norma-norma dan aturan yang berlaku dalam menjalankan bisnisnya yang semata-mata hanya untuk mendapatkan keuntungan, sedangkan semua keuntungan tersebut berasal dari Allah SWT semata. Salah seorang pedagnag ayam yang terdapat di pasar Kenali yaitu Ibu Rohima, ia mengatakan “msyaa menghadapi persaingan yang ada di pasar denagn sewajarnya karena rezeki sudah ada yang mengatur,yang perlu dilakukan adalah memberikan yang terbaik fan member rasa nyaman.”<sup>126</sup> Dengan demikian dapat dikatakan bahwa para pedagang yang terdapat di Pasar Kenali telah menjanlankan prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip ketauhidan.

## **2. Prinsip Keseimbangan**

Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan dirinya sendiri, dnegan orang lain, dan dengan lingkungannya. Keseimbangan berarti bahawa para palaku usaha harus adil dan seimbang dalam menjalankan usahanya. Dalam dunia bisnis keseimbangan dapat diwujudkan dalam bentuk tidak mengurangi jumlah dan takaran, tidak melakukan penipuan dengan menyediakan barang yang bermutu dan berkualitas. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Rohima “menyembunyikan cacat

---

<sup>126</sup> Rohima, wawancara dengan pedsgang di pasar Kenali, Kenali, 1 Juli 2018.

barang yang kita jual adalah salah satu factor yang dapat merugikan penjual itu sendiri yaitu dengan mematikan pelanggan.”<sup>127</sup> Ketika melakukan penipuan terhadap pembeli dengan menyembunyikan cacat barang maka akan merugikan kedua belah pihak, pembeli merasa dirugikan karena tidak memperoleh barang yang sesuai dengan keinginannya dan pedagang akan dirugikan karena dengan bersikap demikian akan mematikan pelanggan.

Prinsip keseimbangan yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Kenali yaitu berupa pemberian informasi yang jelas kepada pembeli mengenai harga dan kualitas barang, dan tidak menyembunyikan cacat barang yang dapat merugikan pembeli. Hal ini terlihat dari sikap yang ditunjukkan oleh para pedagang yang terdapat di pasar tersebut. Pemberian informasi dan mendapatkan barang yang berkualitas merupakan suatu hal yang pokok bagi pembeli, karena dengan begitu pembeli tidak akan merasa dirugikan atau dikecewakan. Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis (klasik) agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang terbaik pula. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Isra' ayat 35 yang berbunyi :

وَدَخَلَ جَنَّتَهُ وَهُوَ ظَالِمٌ لِّنَفْسِهِ قَالَ مَا أَظُنُّ أَن تَبِيدَ هَذِهِ أَبَدًا ﴿٣٥﴾

---

<sup>127</sup> *Ibid.*

*“dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.*(QS.Al Isra’:35)

Menurut peneliti perilaku para pedagang sudah sesuai dengan prinsip keseimbangan atau keadilan dalam menjalankan transaksi jual beli. Prinsip keseimbangan atau keadilan yang dilakukan oleh para pedagang sepatutnya harus dijalankan agar hak-hak seorang pembeli akan terpenuhi.

### **3. Prinsip Kehendak Bebas**

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif memiliki kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, melakukan aktivitas-aktivitas bisnis tertentu, dan berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada. Hal ini terlihat dalam bentuk kebebasan setiap pedagang untuk menjalankan bisnisnya di pasar. Padahal meskipun dengan persaingan yang begitu ketat memicu para pedagang untuk menerapkan strategi bersaingnya masing-masing. Namun sekali lagi yang perlu kita ingat bahwa kebebasan manusia terbatas, dan kebebasan yang tanpa batas hanyalah milik Allah SWT. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Abdul Aziz bahwa kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan

kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya intervensi atau batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Selain itu, pedagang pun tidak memaksakan kehendaknya kepada pembeli, misalnya ketika pembeli sudah memilih-milih barang tetapi tidak membelinya karena tidak sesuai dengan yang mereka harapkan merupakan suatu bentuk kebebasan untuk pembeli. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pedagang di pasar Kenali telah melakukan prinsip kehendak bebas dalam menjalankan bisnisnya.

#### **4. Prinsip Kebajikan dan Kejujuran**

Kebajikan adalah sikap yang memberikan keuntungan bagi orang lain dan bagi diri kita sendiri. Dalam Islam sangat dianjurkan kejujuran dipandang sebagai suatu nilai yang paling unggul dan harus dimiliki oleh seluruh masyarakat karena menjadi corak nilai manusia itu sendiri, sehingga dapat dikatakan dalam istilah lainnya adalah beribadah maupun berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak seperti itu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita kerjakan.

Menurut data yang diperoleh peneliti, prinsip kebajikan dan kejujuran yang dilakukan oleh para pedagang yang terdapat di Pasar kenali terwujud dalam sikap yang ramah dan sopan kepada pembeli, memberikan pelayanan yang baik dan prima kepada pembeli, jujur mengenai barang yang ia jual, serta memberikan informasi yang jelas. Namun terdapat salah satu peneagang yang tidak menrapkan prinsip kejujuran, ia mengatakan

“saya menjual kembali ikan yang tidak habis terjual kemarin karena mubazir, kemudian saya campuir dengan ikan yang segar karena menurut saya ikan yang tidak habis terjual kemarin masih layak untuk dijual kembali”.<sup>128</sup> Selain itu berdasarkan hasil wawancara, salah satu pedagang sayuran mengatakan tidak menyembunyikan cacat barang yang terdapat pada barang dagangannya, namun realitanya menurut pengalaman peneliti yang pernah menjadi konsumen beliau mengalami hal yang tidak diinginkan, peneliti mendapatkan sayuran dengan cover yang bagus namun di dalamnya sudah tidak layak untuk dijual. Sehingga dapat dikatakan bahwa beliau tidak mengatakan yang sejujurnya sehingga merugikan pembeli.

Selain menjalankan prinsip kejujuran, seharusnya pedagang melayani dengan baik dan bersikap ramah. Dengan bersikap ramah tamah dan sopan kepada pembeli tak segan-segan calon pembeli akan mampir walaupun untuk sekedar liat-liat bahkan untuk membeli barang dagangan dan begitu juga sebaliknya. Hal ini telah dijelaskan dalam firman Allah SWT yang berbunyi : ali imran 159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

*Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila*

---

<sup>128</sup> Sugi, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 1 Juli 2018.

*kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”*

## **5. Prinsip Tanggung Jawab**

Pertanggungjawaban berarti pelaku bisnis merapakan sikap tanggung jawab moral kepada Allah atas perilaku bisnisnya. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam adalah amanah dari Allah yang harus dipertanggungjawabkan dihadapan-Nya. Sikap tanggung jawab yang diterapkan oleh para pedagang di Pasar Kenali yaitu berupa pertanggungjawaban terhadap barang yang dijual. Hal ini dapat terlihat dari sikap pedagang yang memperbolehkan adanya pengembalian barang dari pembeli yang tidak sesuai dan terdapat kecacatan meskipun terdapat juga pedagang yang tidak memperbolehkan adanya hal tersebut. Pedagang di Pasar Kenali bersedia untuk menukarkan barang yang tidak sesuai tersebut dengan barang yang lainnya yang tidak terdapat kecacatan, karena hal tersebut adalah mhal yang wajar saja dalam dunia bisnis. Seperti yang dikatakan oleh salah satu pedagang di pasar Kenali, Bapak Toni mengatakan “pembeli boleh mengembalikan barang menukar dengan barang lainnya asalkan tidak ada cacat barang atau pun yang kurang dari barang tersebut”.<sup>129</sup> Selain itu bentuk pertanggungjawaban yang dilalukan oleh pedagang adalah dengan menyediakan barang yang halal yang layak untuk dikonsumsi dengan dilengkapi kualitas yang baik pula.

---

<sup>129</sup> Toni, wawancara dengan pedagang di pasar Kenali, Kenali, 8 Juli 2018.



Berdasarkan pemaparan di atas perilaku pedagang di Pasar Kenali Kecamatan Belalau yang terdiri dari sembilan pedagang telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yang dikuatkan dengan hasil wawancara dari tiga pengelola pasar yaitu telah menjalankan prinsip etika bisnis Islam yang terdiri dari prinsip kesatuan (tauhid), keseimbangan (keadilan), kehendak bebas (*ikhtiar/free will*), kebajikan dan kejujuran, dan tanggung jawab sebagai tolak ukur etika bisnis Islam. Namun demikian, terdapat dua pedagang yang tidak menjalankan prinsip kejujuran. Selain itu, persaingan usaha di pasar Kenali terdiri dari lima aspek antara lain : produk, harga, tempat, pelayanan, dan purna jual. Bagi para pedagang di pasar Kenali, yang mendorong ketatnya persaingan adalah terdapat beberapa pedagang yang bebas membanting harga. Selain itu adanya barang-barang pengganti hingga barang tiruan yang menyerupai asli dengan kualitas yang berbeda untuk memenangkan persaingan dengan harga yang tinggi untuk memperoleh keuntungan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN DASAR**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah penulis melakukan penelitian dan analisis tentang pembahasan di atas, maka penulis dapat menyimpulkan :

1. Persaingan usaha yang terjadi di pasar Kenali ditandai dengan terdapatnya beberapa pedagang yang bebas membanting harga. Selain itu adanya barang-barang pengganti hingga barang tiruan yang menyerupai asli dengan kualitas yang berbeda tetapi dengan tarif yang sama.
2. Dari dua puluh responden di pasar Kenali. Delapan belas diantaranya telah menjalankan prinsip etika bisnis Islam seperti prinsip tauhid, keseimbangan, kejujuran, kehendak bebas, dan tanggung jawab sosial. Kemudian dua diantara dua puluh responden tersebut tidak menjalankan prinsip kejujuran yang dapat merugikan pembeli dengan menyembunyikan cacat sehingga pembeli tidak memperoleh kualitas barang yang baik. Namun demikian, sebagian besar pedagang di pasar Kenali memberikan pelayanan terbaik kepada pembeli.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan, dan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, penulis menyampaikan saran-saran yang bertujuan untuk kebaikan pasar Kneali dan memberikan manfaat kepada pihak lain atas penelitian adalah sebagai berikut :

1. Pedagang yang terdapat di pasar Kenali sebaiknya menjalankan bisnis dengan persaingan yang sehat dan sesuai prinsip etika bisnis Islam seperti prinsip tauhid, keseimbangan, kejujuran, kehendak bebas, dan tanggung jawab sosial dalam bertaransaksi. Hal tersebut dikarenakan bisnis tidak hanya akan mendatangkan keuntungan berupa materi saja, namun juga berkah atas rizki yang diperoleh yang semata-mata berasal dari Allah SWT.
2. Penulis mengharapkan pedagang jujur terhadap pembeli mengenai barang yang ia jual, memberikan kualitas barang yang baik dan tidak menyembunyikan cacat pada barang yang dapat merugikan pembeli.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

- Anorag Pandji. 2011. *Pengantar Bisnis*. Jakarta. : Rineka Cipta.
- Anwar Saifuddin. 2014. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Arijunto Agus. 2011. *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta : Rajawali.
- Arikunto Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Aziz Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung : Alabeta.
- Badroen Faisal, dkk. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : Kencana.
- Cristin H M Fuad. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Depatemen Agama RI
- Departemen Agama RI Al-'aliyi "Al-Qur'an dan Terjemahannya". Bandung : CV. Penerbit Diponegoro.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonseia*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Djakfar H. Muhammad. 2012. *Etika Bisnis : Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta : PLUS 12.
- Fathoni Abdurrahmad. 2005. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Hamdi. 2016. *Energi Terbuka*. Jakarta : Kencana.
- Johan Suwinto. 2011. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- John W. Creswell. *Research Design Pendekatan Kualitatif Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta.
- Keban, T. Yeremias. 2006. *Enam Dimensi strategis Administrasi Publik, Konsep, Teori dan Isu*. Yogyakarta : Gava Media.
- Khoirudin. 2015. *Etika Bisnis dalam Islam*. Bandar Lampung : LP2m.
- K. Bertens. 2007. *Pemgantar Etika Bisnis*. Yogyakarta : KANISIUS.

- Muhammad Abdul Kadir. 2005. *Hukum dan Penelitian*. Bandung : PT. Cipta Afitia Bakti.
- Mushaf AL-AZHART “ *Al-qur'an dan Terjemah*”. Bandung : Penerbit Hilal.
- M. Fuad, Cristian H.,dkk. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Noor Juliyansyah. 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Kencana.
- Martono Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kudus : Nora Media Enterprise.
- Sari Elsi Kartika. 2007. *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*. Jakarta : Grafindo.
- Sudjana. 2009. *Metode Statisti*. Bandung : PT. Tarsito.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. bandung : Alfabet.
- Suhendi Hendi. 2011. *Fiqih Muamalah*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sutarno. 2012. *Serba Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sutrisno Hadi. 2007. *Metode Research*. Yogyakarta : ANDI.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*
- Yusanto Muhammad Ismai dan Muhammad Karbet Widajajkusuma. 2008. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta : Gema Insani.

#### **Sumber Karya Ilmiah :**

- Febrina Ezmia. Jurnal Selat Vol. 4 No. 2. 2017. *Dampak Kegiatan Jual Rugi ( Predatory Pricing) yang dilakukan Pelaku Usaha dalam Pers[eltif Persaingan Usaha*.
- Karnila Ali. Jurnal Ilmiah Fe-Umm, Vol. 11.2017. *Pengaru Promosi dan Atribut Produk teradap Keputusan Nasabah dalam Memilih tabungan Ekasave pada Bank Eka Kantor pusat Metro Pasar terhadap kinerja Pemasaran pada Perusahaan Pegolahan di Kota semarang*.

Mardiah Ema, Asep Suryanto. 2010. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah di Pasar Singapura Kab, Tradisional Tasikamalaya.Fakultas Ekonomi*. Universitas Tasikamalaya.

Marzuki Al Araf Asadallah. Jurnal Panorama Hukum Vol. 2 No. 1. Juni 2017. *Urgensi Putusan Sela berkaitan dengan harta kekayaan Pelaku Usaha dalam Hukum acara Persaingan Usaha di Indinseia*.

Norvadewi. Jurnal ekonomi dan Binsis Islam.2015. *Bisnis dalam Perspektif Is;am (Telaah Konsep, prinsip : dan landasan normative)*.

Pity Claudia Vanesha, dkk. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol. 16, No. 03. 2016. *Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Ushaa Bisnis Dokumen Solution ( Studi Kasus Pada PT. Astra Garphia,tbk Manado)*

Purwanto. Jurnal Manajmen Bisnis Indonseia Vol.4 No. 1 Oktober 2016. *Analisis Strategi Bersaing Pasar Kaget untuk Memenagnkan Persaingan*.

Rinol Sumantri dan Nur Aisyah Yuloza. Economics Jurnal Vol. 1 No. 1. 2015. *Teori-teori Etika Perilaku Bisnis dan Pamandangan Islam tentang Perilaku etika bisnis*.

Supriyanto. Jurnal Rechtens, Vo.2 No. 1. 2013. *Pendekatan Per Se Illegal dan Rule of reason dalam hukum Persaingan Usaha di indosneia*.

No.	Jenis Pedagang	Nama Pedagang
1	Ayam	1. Rohima 2. Hartati
2	Ikan	1. Sugi 2. Yono
3	Sayuran	1. Desi 2. Mina
4	Kelontongan	1. Rosnilam 2. Mantori
5	Kosmetik dan obat-obatan	1. Yunita 2. Rasyid
6	Kain	1. Marhananah 2. Damri
7	Perabotan	1. Toni 2. Susi
8	Mainan anak-anak	1. Ridho 2. Fatma
9	Mie ayam dan bakso	1. Ma'ni 2. Abdi
10	Sendal, sepatu, dan tas	1. Purwanto 2. Rahayu

**Jenis dan Nama Pedagang**



**KEMENTRIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

---

*Alamat : Jl, Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131*

---

### **SURAT PERNYATAAN**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Marista  
NPM : 1451010167  
Prodi : Ekonomi Syari'ah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam” adalah benar-benar merupakan hasil karya



penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada pihak penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Bandar Lampung 18 September 2018

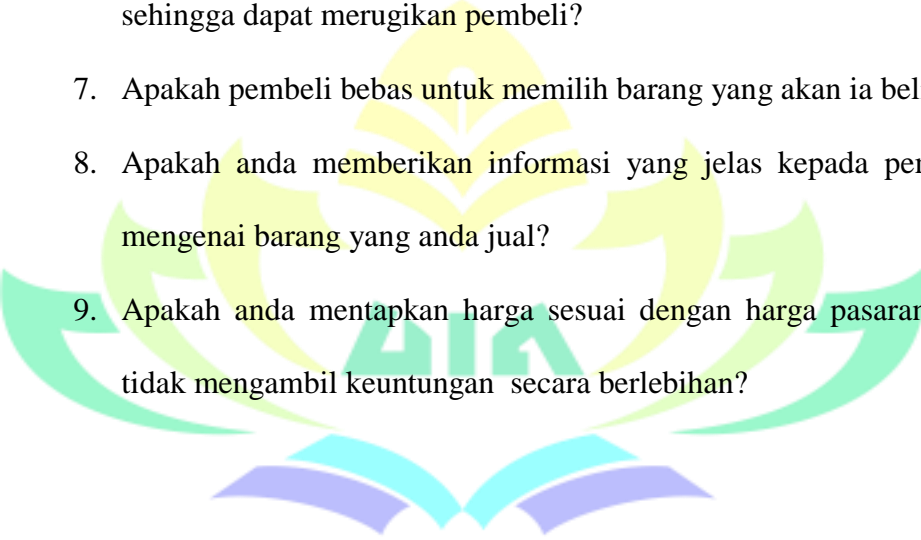
Penyusun

**Dina Marista**  
**NPM.145101**

**0167**

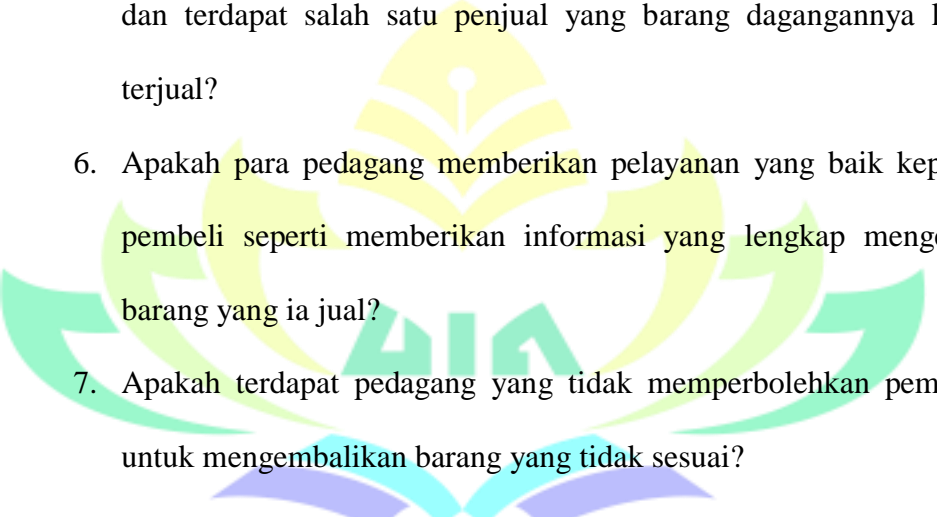
## **I. WAWANCARA KEPADA PEDAGANG**

1. Apakah anda menjual \_ ik sesuai dengan yang diharapkan pembeli dan bagaimana anada menanggapi persaingan yang ada di pasar Kenali dari segi produk yang diperjualbelikan?
2. Apakah terdapat pedagang yang membanting harga atau menjatuhkan harga, baimana strategi anda dalam menetapkan harga untuk memperoleh keuntungan?
3. Apakah anda tempat anda berdagang sudah layak?
4. Apakah anda memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli?

- 
5. Apakah pembeli diperbolehkan mengembalikan barang yang telah dibelinya, bagaimana anda menyikapinya?
  6. Apakah anda menyembunyikan cacat barang yang anda jual sehingga dapat merugikan pembeli?
  7. Apakah pembeli bebas untuk memilih barang yang akan ia beli?
  8. Apakah anda memberikan informasi yang jelas kepada pembeli mengenai barang yang anda jual?
  9. Apakah anda menetapkan harga sesuai dengan harga pasaran dan tidak mengambil keuntungan secara berlebihan?

## **II. WAWANCAR KEPADA PENGELOLA PASAR**

1. Bagaimana sejarah berdirinya pasar Kenali?
2. Bagaimana persaingan yang ada di pasar Kenali, berlangsung sehat atau tidak? Jelaskan, dan bagaimana anda menyikapinya?
3. Bagaimana persaingan produk di pasar Kenali apakah terdapat pedagang yang melakukan penipuan dan menjual barang yang tidak berkualitas?

- 
4. Bagaimana persaingan harga yang terdapat di pasar Kenali?
  5. Adakah kesenjangan sosial antara para pedagang dari segi tempat seperti para pedagang pakaian yang dijadikan menjadi satu deretan dan terdapat salah satu penjual yang barang dagangannya laku terjual?
  6. Apakah para pedagang memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli seperti memberikan informasi yang lengkap mengenai barang yang ia jual?
  7. Apakah terdapat pedagang yang tidak memperbolehkan pembeli untuk mengembalikan barang yang tidak sesuai?
  8. Apakah para pedagang di pasar Kenali menetralkan etika bisnis Islam dalam berdagang, seperti jujur, amanah, tidak menghalalkan yang haram dan lain sebagainya?
  9. Apakah pedagang tertib dalam membayar pajak yang telah ditetapkan meskipun barang dagangannya belum laku terjual?

## **Dokumentasi**

### **1. Wawancara dengan pedagang ayam**



## **2. Wawancara dengan pedagang mainan anak-anak**



### **3. Wawancara dengan pedagang ikan**





#### **4. Wawancara dengan pedagang kosmetik**



## 5. Wawancara dengan pedagang kain





## 6. Wawancara dengan pedagang perabotan



## 7. Wawancara dengan pedagang kelontongan



## 8. Wawancara dengan pedagang sayuran





## 9. Wawancara dengan pedagang sepatu



#### 10. Wawancara dengan pedagang mie ayam dan bakso



### 11. Wawancara dengan keamanan pasar



### 12. Wawancara dengan kepala pasar





### 13. Wawancara dengan salar pasar

